

Document made available under the Patent Cooperation Treaty (PCT)

International application number: PCT/KR2005/001049

International filing date: 12 April 2005 (12.04.2005)

Document type: Certified copy of priority document

Document details: Country/Office: KR

Number: 10-2004-0025656

Filing date: 14 April 2004 (14.04.2004)

Date of receipt at the International Bureau: 30 June 2005 (30.06.2005)

Remark: Priority document submitted or transmitted to the International Bureau in compliance with Rule 17.1(a) or (b)



World Intellectual Property Organization (WIPO) - Geneva, Switzerland
Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) - Genève, Suisse



별첨 사본은 아래 출원의 원본과 동일함을 증명함.

This is to certify that the following application annexed hereto
is a true copy from the records of the Korean Intellectual
Property Office

출 원 번 호 : 특허출원 2004년 제 0025656 호
Application Number 10-2004-0025656

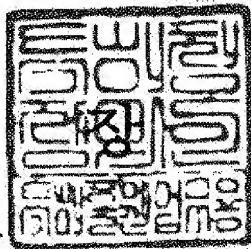
출 원 일 자 : 2004년 04월 14일
Date of Application APR 14, 2004

출 원 인 : 엔에이치엔(주)
Applicant(s) NHN Corporation

2005 년 06 월 09 일

특 허 청

COMMISSIONER



【서지사항】

【서류명】	특허출원서
【권리구분】	특허
【수신처】	특허청장
【제출일자】	2004.04.14
【발명의 국문명칭】	키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템
【발명의 영문명칭】	METHOD FOR CONTROLLING DISPLAY OF KEYWORD ADVERTISEMENT IN INTERNET SEARCH ENGINE AND A SYSTEM THEREOF
【출원인】	
【명칭】	엔에이치엔(주)
【출원인코드】	1-1999-037388-8
【대리인】	
【성명】	천성진
【대리인코드】	9-2002-000294-5
【포괄위임등록번호】	2002-077078-8
【발명자】	
【성명의 국문표기】	이우성
【성명의 영문표기】	LEE,Woo Sung
【주민등록번호】	770212-1011111
【우편번호】	158-092
【주소】	서울특별시 양천구 신월2동 615-6 대경연립 나동 103호
【국적】	KR
【심사청구】	청구
【취지】	특허법 제42조의 규정에 의한 출원, 특허법 제60조의 규정에 의한 출원심사 를 청구합니다. 대리인 천성진 (인)

【수수료】

【기본출원료】	0	면	38,000	원
【가산출원료】	62	면	0	원
【우선권주장료】	0	건	0	원
【심사청구료】	14	항	557,000	원
【합계】			595,000	원

【요약서】

【요약】

본 발명은 특정 노출 위치에서 표시되는 검색 목록순이 노출 권한을 상실하는 경우, 해당 검색 목록순에 대하여 자동 재입찰을 통해 다른 노출 위치에서의 검색 목록순 노출이 지속되도록 하는 키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템에 관한 것이다.

상기의 목적을 이루기 위한 본 발명의 일실시예에 따른 키워드 광고 노출 제어 방법은, 검색자의 소정의 검색어 입력에 응답하여 웹 페이지 상에 검색 목록순이 노출되는 복수 개의 위치를 상기 검색어와 연관하여 단위 표시존을 정의하는 단계와, 광고주로부터 소정의 검색어와 연관된 복수 개의 단위 표시존 중 하나의 단위 표시존인 제1 단위 표시존에 대응되는 입찰 데이터를 입력 받는 단계와, 상기 광고주와 소정의 검색 목록순을 연관시키는 단계와, 상기 광고주로부터 상기 검색어와 연관된 복수 개의 단위 표시존 중 상기 제1 단위 표시존을 제외한 적어도 하나의 단위 표시존에 대응되는 자동 입찰 데이터를 입력 받는 단계와, 상기 제1 단위 표시존에서의 소정의 입찰 처리에 의해 상기 광고주의 상기 입찰 데이터가 낙찰되는 경우, 상기 제1 표시존에서의 노출 권한을 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에게 부여하는 단계와, 상기 부여된 노출 권한에 대한 소정의 전이 조건이 만족되는 경우, 상기 제1 단위 표시존에서의 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에 대한 노출 권한을 박탈하는 단계 및 상기 제1 단위 표시존에서의 상기 검색

목록순에 대한 노출 권한을 박탈된 경우, 상기 입력된 자동 입찰 데이터에 대한 재 입찰 처리를 수행하는 단계를 포함한다.

본 발명에 따르면, 특정 노출 위치에서의 검색 목록순 표시와 관련된 노출 권한이 소정 조건하에서 상실되는 경우라도, 다른 노출 위치에서의 상기 검색 목록 순 표시에 대한 입찰 처리가 자동으로 수행되도록 함으로써 해당 검색 목록순의 노 출 표시를 지속시키는 키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스 템을 제공할 수 있는 이점이 있다.

【대표도】

도 2

【색인어】

키워드 광고, 노출 위치, 입찰 처리, 클릭

【명세서】

【발명의 명칭】

키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템 {METHOD FOR CONTROLLING DISPLAY OF KEYWORD ADVERTISEMENT IN INTERNET SEARCH ENGINE AND A SYSTEM THEREOF}

【도면의 간단한 설명】

- <1> 도 1은 본 발명의 키워드 광고 노출 제어 시스템의 간략한 구성을 설명하기 위한 도면이다.
- <2> 도 2는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 키워드 광고 노출 제어 시스템을 나타내는 구성도이다.
- <3> 도 3a는 본 발명의 식별 위치를 구성하는 단위 표시존 및 단위 표시존에서 노출되는 검색 목록순의 일예를 나타내는 도면이고, 도 3b 및 도 3c는 입찰 필드의 구성 일예를 나타내는 도면이며, 도 3d는 제1 단위 표시존에 대한 입찰 처리 및 제1 광고주의 입찰 선택에 따라 노출이 이루어지는 제1 검색 목록순의 일예를 설명하기 위한 도면이다.
- <4> 도 4는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 키워드 광고 노출 제어 방법을 구체적으로 도시한 작업 흐름도이다.
- <5> 도 5는 본 발명에 따른 단위 표시존 및 입찰 필드의 기록 영역을 연관시켜 입찰 데이터 또는 배팅 입찰 데이터를 독립적으로 기록하는 방법의 일예를 나타내

는 작업 흐름도이다.

<7> 도 7a는 본 발명의 전이 조건으로서 신규 입찰 데이터가 수신되는 경우, 노출 권한을 전이시키는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이고, 도 7b는 전이 조건으로서 노출이 이루어지는 제1 검색 목록순의 소정 계약이 종료되는 경우, 노출 권한을 전이시키는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

<9> 도 9는 본 발명에 따른 키워드 광고 노출 제어 방법을 수행하는 데 채용될 수 있는 별용 컴퓨터 장치의 내부 블록도이다.

<10> <도면의 주요 부분에 대한 부호의 설명>

200 : 키워드 광고 노출 제어 시스템

<12> 210 : 위치 정의 수단 220 : 인터페이스 수단

<13> 230 : 입찰 지정 수단 240 : 입찰 처리 수단

<14> 250 : 노출 권한 부여 수단 260 : 필드 열관 수단

<15> 270 : 입찰 필드

【발명의 삼세학 설명】

【발명의 상세한 설명】

【발명의 목적】

【발명이 속하는 기술분야 및 그 분야의 종래기술】

- <16> 본 발명은 키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템에 관한 것으로서, 더욱 상세하게는 특정 노출 위치에서 표시되는 검색 목록순이 노출 권한을 상실하는 경우, 해당 검색 목록순에 대하여 자동 재입찰을 통해 다른 노출 위치에서의 검색 목록순 노출이 지속되도록 하는 키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템에 관한 것이다.
- <17> 오늘날 인터넷 등 통신망의 급격한 발전과 더불어 통신망을 통한 정보 검색이 매우 일반화되고 있다. 즉, 인터넷을 이용하여 인터넷 사용자(검색자)는 언제, 어디서나 용이하게 필요한 정보를 얻고 있으며, 이러한 정보 검색은 우리 생활 전반에 걸쳐 많은 변화를 가져다 주고 있다.
- <18> 이에 따라, 인터넷 사용자의 검색 작업 서비스를 지원하는 운영자와, 검색 작업을 통해 자신의 정보 사이트에 관한 정보를 인터넷 사용자에게 노출시켜 광고 효과를 얻는 광고주 사이에서의 광고 비용 지불 양태에 대해서도, 다양한 모델들이 개발되어 제시되고 있다.
- <19> 즉, 검색 엔진을 통한 검색 작업 서비스에서는, 광고주의 정보를 추출하는 방식, 추출된 광고주의 정보를 검색자에게 노출시키는 방식, 노출된 광고주의 정보에 대한 과금 방식 등에 따라 다양한 광고 비용 지불 양태가 있게 된다.
- <20> 광고 비용 지불 양태의 일예로서, 광고주의 정보가 표시될 검색 화면 상의 노출 위치를 미리 선정하고, 선정된 각 노출 위치 별로 소정의 판매 금액을 상정하

여 광고주에게 판매하는 방식이 있을 수 있다. 이러한, 노출 위치별 판매 방식은 광고주의 정보를 표시하고 있지 않는 소정 노출 위치에 대해서 가정 먼저 판매 금액을 지불한 광고주에게 정보를 노출시킬 수 있는 권한을 부여하는 방식으로, 해당 노출 위치(광고주의 정보가 기 노출되는 특정 노출 위치)에서의 정보 노출을 하고자 하는 광고주는 이전에 노출되고 있는 광고주의 정보에 대한 소정 노출 계약 기간이 만료되는 시점까지 대기해야 하는 문제점이 있다. 즉, 노출 위치별 판매 방식은 특정 노출 위치에 대해 광고주가 선점하도록 하는 광고 비용 지불 양태로서, 노출 위치가 모두 타 광고주에게 점유되는 경우에는 계약 기간 동안 광고주의 정보 노출이 불가하다는 단점을 내재하고 있을 뿐만 아니라, 계약 기간 종료 시점까지 대기하더라도 선착순에 의한 판매 방식이라 광고주 정보의 노출을 보장할 수 없는 문제점 역시 가지고 있다. 더불어, 노출 위치에 대한 판매 금액은 서비스 운영자의 임의 설정에 의한 것으로서, 해당 판매 금액에 대한 광고주의 입장은 전혀 고려하지 않는 문제점을 내포하고 있는 것도 사실이다.

<21> 또한, 광고 비용 지불 양태의 다른 일예로서, CPC(Cost Per Click) 방식에 의한 광고주 정보의 노출 및 광고 비용의 결정이 있을 수 있다. 즉, CPC 방식은 검색 요청을 한 검색자가 특정 광고주 정보를 클릭 선택함에 따라 검색자와 광고주 간의 접속 연결 횟수(유효 연결 횟수)를 측정하여 키워드 광고 비용을 산정하는 것으로, 최고 가격의 CPC 값(1회 클릭당 과금 비용)을 제시한 광고주의 정보를 최상으로 하고, 그 보다 낮은 CPC 값을 제시한 광고주의 광고주 정보를 하단에 배열되도록 하는 검색 결과를 검색자에게 제공하게 된다. 이러한 CPC 방식에 의한 광고

비용 지불 양태는 광고주의 정보를 광고주가 원하는 노출 위치에 노출되도록 보장할 수 없다는 문제점이 있다. 즉, 하나 이상의 광고주가 제시한 CPC 값을 상호 비교하여 순차적으로 정렬하고, 그 정렬 순서에 따라 검색 화면 상에 광고주의 정보가 노출되도록 하는 것으로 광고주가 원하지 않는 노출 위치에 정보 노출이 수행될 수 있다는 단점을 가지고 있다. 더불어, CPC 방식에서는 광고주가 CTR(노출 대비 클릭)이 우수한 화면 상단에 자신(자사)의 검색 목록순이 노출되도록 하는 경향이 있어, 광고주 정보의 키워드 광고 비용이 지속적으로 상승하게 되고 이로 인해 고가의 광고 비용 지출로 인한 광고를 포기하는 광고주를 양산하는 역효과 우려 또한 존재한다.

<22> 또한, 광고 비용 지불 양태의 또 다른 일례로서, 미리 선정되는 노출 위치에서의 광고주 정보 노출을 위해 소정 기간 동안, 입찰 가격에 관한 정보를 하나 이상의 광고주로부터 입력 받고, 최고의 입찰 가격을 제시한 광고주에게 해당 노출 위치에서의 광고주 정보 노출 권한을 부여하는 방식이 있을 수 있다. 이러한 광고 비용 지불 양태는 입찰 가격을 입력 받는 입찰 기간이 필요하게 되며, 이에 따라 신속한 광고 정보 등록을 원하는 광고주의 요구를 적절하게 수용할 수 없는 문제점을 있다.

<23> 따라서, 소정의 입찰 과정을 통해 광고주가 원하는 노출 위치에 광고주의 정보가 표시되도록 하되, 입찰 참여를 위한 광고주의 배팅 테이터로서 검색자의 1회 클릭당 비용을 이용함으로써 신속한 광고 노출 및 광고 효과를 유발할 수 있는 새로운 형태의 광고 비용 지불 모델의 등장이 요구되고 있다. 더불어, 특정 노출 위

치에서 노출 권한이 박탈되는 광고주의 정보이더라도 자동 재입찰을 통해 다른 노출 위치에서 광고주 정보 노출이 유지되도록 함으로써 광고주로 하여금 지속적인 광고 효과를 얻게 하는 광고 비용 부가 모델이 요구되고 있다.

【발명이 이루고자 하는 기술적 과제】

<24> 본 발명은 상기와 같은 문제점을 해결하기 위하여 안출된 것으로서, 본 발명은 특정 노출 위치에서의 검색 목록순 표시와 관련된 노출 권한이 소정 조건하에서 상실되는 경우라도, 다른 노출 위치에서의 상기 검색 목록순 표시에 대한 입찰 처리가 자동으로 수행되도록 함으로써 해당 검색 목록순의 노출 표시를 지속시키는 키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템을 제공하는 것을 목적으로 한다.

<25> 또한, 본 발명의 목적은 소정의 입찰 가격 입력 및 입찰 처리를 통해 광고주가 원하는 노출 위치에서 검색 결과물인 검색 목록순이 표시되도록 함으로써 광고주가 요구하는 광고 효과를 유발할 수 있는 키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템을 제공하는 데에 있다.

<26> 또한, 본 발명의 다른 목적은 특정 노출 위치에서의 검색 목록순 표시를 입찰에 의해 선정하되, 적절한 입찰 데이터의 입력을 통해 입찰 대기 기간 없는 실시간적인 검색 목록순을 노출시킬 수 있는 키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템을 제공하는 데에 있다.

<27> 또한, 본 발명은 입찰 데이터에 광고주가 최대 지불 허용하는 단일 클릭 비

용을 포함시키고, 단일 클릭 비용 크기의 비교를 통해 낙찰 데이터를 선정함으로써 합리적인 입찰 처리가 이루어지도록 하는 키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템을 제공하는 것을 또 다른 목적으로 한다.

【발명의 구성】

<28> 상기의 목적을 이루기 위한 본 발명의 일실시예에 따른 키워드 광고 노출 제어 방법은, 검색자의 소정의 검색어 입력에 응답하여 웹 페이지 상에 검색 목록순이 노출되는 복수 개의 위치를 상기 검색어와 연관하여 단위 표시존을 정의하는 단계와, 광고주로부터 소정의 검색어와 연관된 복수 개의 단위 표시존 중 하나의 단위 표시존인 제1 단위 표시존에 대응되는 입찰 데이터를 입력 받는 단계와, 상기 광고주와 소정의 검색 목록순을 연관시키는 단계와, 상기 광고주로부터 상기 검색어와 연관된 복수 개의 단위 표시존 중 상기 제1 단위 표시존을 제외한 적어도 하나의 단위 표시존에 대응되는 자동 입찰 데이터를 입력 받는 단계와, 상기 제1 단위 표시존에서의 소정의 입찰 처리에 의해 상기 광고주의 상기 입찰 데이터가 낙찰되는 경우, 상기 제1 표시존에서의 노출 권한을 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에게 부여하는 단계와, 상기 부여된 노출 권한에 대한 소정의 전이 조건이 만족되는 경우, 상기 제1 단위 표시존에서의 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에 대한 노출 권한을 박탈하는 단계 및 상기 제1 단위 표시존에서의 상기 검색 목록순에 대한 노출 권한을 박탈된 경우, 상기 입력된 자동 입찰 데이터에 대한 재입찰 처리를 수행하는 단계를 포함한다.

<29> 또한, 상기 목적을 달성하기 위한 기술적 구성으로서, 키워드 광고 노출 제

어 시스템은, 검색자의 소정의 검색어 입력에 응답하여 웹 페이지 상에 검색 목록 순이 노출되는 복수 개의 위치를 상기 검색어와 연관하여 단위 표시존을 정의하는 위치 정의 수단과, 광고주로부터 소정의 검색어와 연관된 복수 개의 단위 표시존 중 하나의 단위 표시존인 제1 단위 표시존에 대응되는 입찰 데이터를 입력 받고, 상기 검색어와 연관된 복수 개의 단위 표시존 중 상기 제1 단위 표시존을 제외한 적어도 하나의 단위 표시존에 대응되는 자동 입찰 데이터를 입력 받는 인터페이스 수단과, 상기 제1 단위 표시존에서의 소정의 입찰 처리에 의해 상기 광고주의 상기 입찰 데이터가 낙찰되는 경우, 상기 제1 표시존에서의 노출 권한을 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에게 부여되도록 제어하는 입찰 처리 수단, 및 상기 부여된 노출 권한에 대한 소정의 전이 조건이 만족되는 경우, 상기 제1 단위 표시존에서의 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에 대한 노출 권한을 박탈하는 노출 권한 전이 수단을 포함하고, 상기 입찰 처리 수단은, 상기 제1 단위 표시존에서의 상기 검색 목록순에 대한 노출 권한을 박탈된 경우, 상기 입력된 자동 입찰 데이터에 대한 재입찰 처리를 수행하는 것을 특징으로 한다.

<30> 이하, 첨부된 도면을 참조하여 키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템에 대하여 설명한다.

<31> 본 명세서에서 지속적으로 사용되는 검색 목록순은, 소정의 검색자가 검색 엔진 상에서 키워드를 입력함으로써 검색 작업 요청을 발생시키고, 발생된 검색 작업 요청에 응답하여 추출되는 검색 결과 항목 하나를 의미할 수 있다. 하나의 검색 목록순에는 광고주가 운영하는 정보 사이트에 대한 간략 정보, 즉 콘텐츠 제목,

콘텐츠 내용 요약, 네트워크 주소 등이 포함될 수 있다. 예를 들어, 키워드 '렌탈'에 의해 추출/노출되는 도 3a에서의 검색 목록순 하나는 '아주렌탈'이라는 콘텐츠 제목, "http://www.ajurentel.com"이라는 네트워크 주소, 기타 콘텐츠 내용 요약 등을 포함하게 된다. 또한, 단위 표시존은 검색 결과로서 추출이 이루어진 각 검색 목록순의 독립적인 표시 위치이며, 특히 본 발명에서의 단위 표시존은 입찰 대상이 되어, 본 발명의 키워드 광고 노출 제어 시스템은 특정 단위 표시존에서의 검색 목록순 표시를 위한 하나 이상의 광고주로부터 입찰 데이터를 수신할 수 있다. 예를 들어, 단위 표시존은 검색 엔진 상에 검색어가 입력된 경우, 출력되는 검색 목록순들의 위치와 관련될 수 있다. 즉, 검색어가 입력되는 경우, 출력되는 1번째 검색 목록순의 위치 또는 N번째 검색 목록순의 위치가 단위 표시존이 될 수 있다. 이에 따라, 키워드 검색 작업에 의해 추출되는 검색 목록순은 소정의 입찰 처리를 통한 특정의 단위 표시존에 노출되어 검색자에게 제공된다.

<32> 도 1은 본 발명의 키워드 광고 노출 제어 시스템의 간략한 구성을 설명하기 위한 도면이다.

<33> 키워드 광고 노출 제어 시스템(100)은 특정 단위 표시존에서의 검색 목록순 표시를 위한 광고주(130)의 입찰 데이터를 입력 받고, 입찰 데이터에 대한 소정의 입찰 처리를 통해 해당 단위 표시존에서 노출시킬 하나의 검색 목록순이 결정되도록 하기 위한 장치이다.

<34> 우선, 검색 엔진(110)은 검색자(120)가 찾고자 하는 콘텐츠 자료를 보유하는 웹 사이트로의 접속이 용이하도록 검색 작업을 지원하는 서치 프로그램 또는 서치

웹 서버를 의미할 수 있다. 즉, 검색 엔진(110)은 검색자(120)의 검색 요청에 응답하여 검색자(120)가 요구하는 정보를 제공할 수 있는 광고주(130)의 대한 간략 정보(바람직하게는 본 발명의 검색 목록순)가 제공되도록 함으로써 콘텐츠 자료의 검색에 소요되는 시간을 절약하며 검색 자료의 정확도를 높이는 역할을 수행한다. 특히, 추출된 간략 정보(검색 목록순)는 소정의 링크 정보를 포함하고, 단말 수단(125)에 표시되는 간략 정보(검색 목록순)에 대한 검색자(120)의 명령 입력 도구 클릭 선택(예, 마우스 클릭 입력)이 발생하는 경우, 검색 엔진(110)은 해당 광고주(130)와, 클릭 선택을 발생시킨 검색자(120)와의 접속을 가능하게 된다. 이러한 검색 엔진(110)은 검색 작업의 접근 방식에 따라 단어별 검색 방식(word-oriented searching) 및 주제별 검색 방식(subject-oriented searching) 등으로 구분할 수 있다. 본 명세서에서는 입력된 키워드에 대응하여 추출되는 검색 목록순이, 선정된 조건하에서 특정 단위 표시존에서만 노출되도록 제어하는 본 발명의 목적 수행을 위해 상기 검색 엔진(110)의 검색 방식을 단어별 검색 방식으로 한정하여 설명한다. 다만, 본 명세서에서 검색 엔진(110)의 검색을 단어별 검색 방식으로 한정하는 것은 설명의 편의를 위한 예시에 불과한 것으로, 본 발명에 따른 기술적 사상의 한정이 아님은 본 발명이 속하는 기술 분야에서의 당업자에게 당연하다고 할 것이다.

<35> 검색자(120)는 본 발명의 키워드 광고 노출 제어 시스템(100)과의 접속을 위한 단말 수단(125)을 보유하며, 검색하고자 하는 콘텐츠 자료를 보유하는 광고주(130)의 웹 사이트에 대한 검색 요청을, 검색 엔진(110)에 소정의 키워드를 입력하

여 생성하는 인터넷 이용자를 의미할 수 있다.

<36> 광고주(130)는 네트워크 주소(예컨대, IP address, URL, domain 등)에 의해 네트워크 상의 위치가 지정되는 웹 사이트를 운영하는 예컨대, 콘텐츠 공급자(CP)를 의미하는 것으로, 해당 정보 사이트의 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭에 따라 소정의 광고 비용을 본 발명에 따른 시스템 운영자에게 지불하게 된다.

<37> 단말 수단(125)은 인터넷 등의 통신망(140)을 통해 키워드 광고 노출 제어 시스템(100)과의 접속 상태를 유지하며, 검색 엔진(110)의 검색 작업에 의해 추출되는 하나 이상의 검색 목록순을 소정 화면 상에 표시하게 된다. 이러한, 단말 수단(125)은 예컨대 퍼스널 컴퓨터, 핸드헬드(handheld) 컴퓨터, PDA(Personal Digital Assistant), MP3 플레이어, 전자 사전, 휴대폰, 스마트폰 등과 같이 소정의 메모리 수단을 구비하고 소정의 마이크로프로세서를 탑재함으로써 소정의 연산 능력을 갖춘 단말기를 통칭하는 개념일 수 있다.

<38> 키워드 광고 노출 제어 시스템(100)은 검색 목록순의 노출과 관련하여 하나 이상의 단위 표시존에 대해 입찰 데이터를 입력 받고, 광고주(130)에 의해 특정되는 하나의 단위 표시존에서만 입찰 처리가 수행되도록 하기 위한 장치이다. 특히, 키워드 광고 노출 제어 시스템(100)은 특정 단위 표시존에서 노출되던 검색 목록순에 대한 노출 권한을 소정 전이 조건하에서 박탈하고, 이에 연동하여 해당 검색 목록순과 연관되는 자동 재입찰이, 소정의 다른 단위 표시존에 대하여 수행되도록 함으로써 지속적인 검색 목록순의 노출이 최대한 보장되도록 한다. 이하, 도 2를 참조하여 본 발명의 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)의 구체적인 구성을

설명한다.

<39> 도 2는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 키워드 광고 노출 제어 시스템을 나타내는 구성도이다.

<40> 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 위치 정의 수단(210), 인터페이스 수단(220), 입찰 지정 수단(230), 입찰 처리 수단(240), 및 노출 권한 전이 수단(250)을 포함한다. 또한, 키워드 입찰 제어 시스템(200)은 필드 연관 수단(260) 및 입찰 필드(270)를 더 포함하며, 광고주(130)로부터 입력되는 하나 이상의 입찰 데이터에 대한 기록이 수행되도록 한다.

<41> 우선, 위치 정의 수단(210)은 소정 키워드 검색에 의해 추출되는 검색 목록 순이 표시되는 노출 위치를 하나 이상의 단위 표시존으로 구획하는 장치이며, 검색자(120)에게 제공되는 검색 목록순의 화면 배치, 및 검색 목록순의 표시 위치(본 발명에서의 단위 표시존)에 따른 실제 클릭 연결률 등을 고려하여 단위 표시존을 정의하게 된다. 이러한 노출 위치에 대한 단위 표시존 구획의 필요는 화면 상에서의 노출 위치에 따라 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 인지도에 차이가 발생하며, 이로 인해 실제 검색자(120)에 의해 클릭 선택되어 검색자(120)와 광고주(130) 사이에 접속 연결되는 빈도에 차이가 발생한다는 것에 기인한 것이다. 일반적으로 다수 추출된 검색 목록순 중 선행하여 표시되는 검색 목록순에서 CTR(Click Through Rate), 즉 노출 대비 클릭수가 우수하게 되며, 위치 정의 수단(210)은 이러한 CTR을 고려하여 예컨대, CTR 수치가 높은 검색 화면의 상단에 소정 갯수의 단위 표시존을 구획할 수 있다. 위치 정의 수단(210)에 의해 구획되는 단

위 표시존은 키워드 검색에 의해 추출되는 검색 목록순 중 특정된 적어도 일부의 검색 목록순을 독립적으로 노출되도록 하는 검색 화면 상의 표시 위치를 의미할 수 있다. 즉, 단위 표시존은 소정 조건에 따라 노출 위치가 점유하는 영역을 구획하고, 구획되는 영역으로 소정 입찰 처리를 통해 낙찰된, 바람직하게는 하나의 검색 목록순이 표시되도록 하는 영역을 의미할 수 있다.

<42> 인터페이스 수단(200)은 단위 표시존 각각에서의 제1 검색 목록순 표시와 연관되는 하나 이상의 배팅 입찰 데이터를 제1 광고주로부터 입력 받는 장치이다. 여기서, 제1 검색 목록순은 제1 광고주(다수의 광고주 중 특정한 하나의 광고주임)와 연관되는 검색 목록순을 지칭하며, 배팅 입찰 데이터는 상기 제1 광고주가 제1 검색 목록순을 노출하고자 하는 단위 표시존에 선택적으로 입력하는 입찰 정보를 의미하게 된다. 예컨대, 도 3a에서 제1 광고주 '오에이뱅크'는 4개의 단위 표시존에 배팅 입찰 데이터를 입력하고 있으며, 이에 따라 제1 광고주 '오에이뱅크'와 연관되는 제1 검색 목록순은, 입력이 이루어진 배팅 입찰 데이터에 대한 입찰 처리 및 상기 입찰 처리를 통해 낙찰된 배팅 입찰 데이터(유효 입찰 데이터)에 대한 제1 광고주의 입찰 선택에 근거하여, 상기 4개의 단위 표시존 중 소정 하나의 단위 표시존에 표시될 수 있다(도 3d 참조). 특히, 배팅 입찰 데이터는 하나의 검색 목록순을 단위 표시존에 노출하는 데에 있어서, 광고주(130)가 최대 지불할 수 있는 단일 클릭 비용을 포함하게 된다. 즉, 인터페이스 수단(220)은 노출 위치에 서의 검색 목록순 표시를 위한 광고주(130)의 입찰 참여 의사를 수신 받는 역할을 수행하되, 입찰 참여를 위한 배팅 입찰 데이터로서 해당 검색 목록순에 대한 검색

자(120)의 1회 클릭당 비용에 관한 정보를 수신하게 된다.

<43> 또한, 인터페이스 수단(220)은 노출 위치를 구성하는 단위 표시존의 적어도 일부에 대해 소정 크기의 단일 클릭 비용을 포함하는 배팅 입찰 데이터를 입력 받게 되며, 입력된 배팅 입찰 데이터에 대한 입찰 처리를 통해 결정된 하나 이상의 유효 입찰 데이터(낙찰된 배팅 입찰 데이터) 중에서 하나의 유효 입찰 데이터만을 특정하기 위한 소정의 입찰 선택에 관한 정보를 광고주(130)로부터 수신 받는 역할을 수행한다. 여기서, 배팅 입찰 데이터는 제1 검색 목록순을 노출시키기 위한 각 단위 표시존에서의 배팅(betting) 정보일 수 있으며, 배팅 입찰 데이터에 포함되는 단일 클릭 비용은 단위 표시존 각각에 대하여 상이할 수도, 또는 동일할 수도 있다. 즉, 광고주가 복수 개의 단위 표시존에 대하여 각각 배팅 입찰 데이터를 입력하면, 이에 기초하여 각 단위 표시존의 낙찰된 배팅 입찰 데이터가 결정된다. 이렇게 낙찰된 배팅 입찰 데이터가 유효 입찰 데이터가 된다. 하나의 광고주가 복수 개의 단위 표시존에 대하여 각각 배팅 입찰 데이터를 입력한 경우, 유효 입찰 데이터는 없을 수도 있고(하나도 낙찰되지 않은 경우), 하나만 있을 수도 있고(하나만 낙찰된 경우), 또는 두 개 이상일 수도 있다(둘 이상 낙찰된 경우). 유효 입찰 데이터가 복수 개인 경우, 하나의 키워드에 대하여 복수 개의 단위 표시존에 광고하지 않고 하나의 단위 표시존에만 광고하고자 하는 광고주는 상기 복수 개의 유효 입찰 데이터 가운데 하나를 선택한다. 그러면, 상기 선택된 유효 입찰 데이터와 연관된 단위 표시존에 광고주의 검색 목록이 표시되게 된다.

<44> 입찰 지정 수단(230)은 제1 광고주의 소정 입찰 선택에 의해, 소정 제1 단위

표시존에서의 입찰 참여와 연관되는 하나의 유효 입찰 데이터를 낙찰이 이루어진 배팅 입찰 데이터 중에서 결정하는 장치이다. 즉, 입찰 지정 수단(230)은 낙찰된 배팅 입찰 데이터와 관련된 하나 이상의 단위 표시존 중에서 제1 광고주가 실제 입찰 참여하고자 하는 하나의 단위 표시존을 제1 단위 표시존으로 지정하는 역할을 수행하게 된다. 여기서, 유효 입찰 데이터는 배팅 입찰 데이터의 입력 후, 각 단위 표시존에 대한 입찰 처리를 통해 낙찰된 배팅 입찰 데이터를 지칭할 수 있다. 즉, 입찰 지정 수단(230)은 낙찰된 배팅 입찰 데이터에 대한 제1 광고주의 입찰 선택에 따라 하나의 유효 입찰 데이터를 결정하고, 결정된 유효 입찰 데이터와 관련되는 단위 표시존을, 제1 광고주가 우선적으로 입찰 참여하고자 하는 제1 단위 표시존으로 결정하게 된다.. 예컨대, 도 3b에서는 낙찰이 이루어진 3개의 유효 입찰 데이터 중에서, 제1 광고주 '오에이뱅크'의 입찰 선택에 의해 단위 표시존 1에 대응되는 유효 입찰 데이터가 결정되는 것을 예시하고 있으며, 이에 따라 제1 광고주 '오에이뱅크'가 단위 표시존 1에서 자신의 제1 검색 목록순이 표시되는 것을 우선적으로 선호하고 있음을 본 발명의 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)에서 인지할 수 있게 된다. 또한, 제1 단위 표시존은 상기 입찰 선택에 의해 결정되는 유효 입찰 데이터와 관련되는 특정의 단위 표시존을 지칭하며, 도 3b에서는 단위 표시존 1을 제1 단위 표시존으로 설정하고 있다. 즉, 입찰 지정 수단(230)은 제1 광고주로부터의 입찰 선택에 의해 하나 이상의 유효 입찰 데이터 중에서 하나의 유효 입찰 데이터만을 결정함으로써 제1 광고주가 실제 입찰 참여하고자 하는 단위 표시존을 인지하는 역할을 수행하게 된다. 이때, 입찰 선택이 되지 않는 나머지 유효 입찰

데이터 또는 입찰 처리에 의해 낙찰이 이루어지지 않는 배팅 입찰 데이터는 자동 입찰 데이터로 자동 결정되고 후술되는 자동 재입찰에 활용될 수 있다.

<45> 입찰 처리 수단(240)은 배팅 입찰 데이터가 입력된 단위 표시존에 대해서 입찰 처리를 수행하고, 입찰 데이터(배팅 입찰 데이터 포함)에 포함되는 단위 클릭 비용이 가장 높은 입찰 데이터를 선택하는(낙찰시키는) 장치이다. 즉, 입찰 처리 수단(240)은 소정의 입찰 필드(270)에 기록되는 배팅 입찰 데이터를 포함한, 입찰 데이터에 대한 입찰 처리를 수행하게 되고, 가장 높은 단일 클릭 비용의 입찰 데이터를 낙찰 데이터로 결정하게 된다. 특히, 해당 단위 표시존에서 제1 광고주에 의해 입력된 배팅 입찰 데이터가 낙찰되는 경우, 입찰 처리 수단(240)은 이를 유효 입찰 데이터로 결정하는 역할 또한 수행하게 된다. 또, 입찰 처리 수단(240)은 제1 광고주의 입찰 선택에 의해 하나의 유효 입찰 데이터가 결정되는 경우, 해당 단위 표시존을 제1 단위 표시존으로 결정하고, 제1 단위 표시존에서의 소정 노출 권한을 제1 검색 목록순에게 부여하게 된다. 노출 권한은 단위 표시존에서 특정의 검색 목록순을 노출할 수 있는 권리 자격을 의미할 수 있으며, 검색 목록순에 부여 된 노출 권한은 예컨대, 소정의 계약 기간 동안이나 광고 비용을 결제할 수 있는 소정 크기의 예치금이 존재하는 경우, 지속적으로 유지되도록 할 수 있다.

<46> 이러한 입찰 데이터의 기록 및 단일 클릭 비용의 크기 비교를 위해 본 발명의 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 필드 연관 수단(260) 및 입찰 필드(270)를 포함하게 된다.

<47> 필드 연관 수단(260)은 소정 광고주(130)로부터의 입찰 데이터 입력에 응답

하여 단위 표시존과 소정의 입찰 필드(270)를 연관시키고, 입력된 입찰 데이터를 입찰 필드(270)에 기록하는 장치이다. 여기서, 입찰 필드(270)는 입력된 입찰 테이터를 예컨대, 단일 클릭 비용의 크기에 의거하여 정렬, 기록하는 역할을 수행하되, 특히 광고주(130)가 입찰 참여를 원하는 단위 표시존에 대응되는 소정의 기록 영역으로 상기 입찰 테이터가 기록되도록 한다. 즉, 필드 연관 수단(260)은 노출 위치와 입찰 필드(270)의 연관, 보다 상세하게는 각 단위 표시존과 기록 영역을 연관시키고, 광고주(130)가 입찰하고자 하는 단위 표시존의 해당 기록 영역으로 입찰 테이터가 기록되도록 한다.

<48> 따라서, 입찰 처리 수단(240)은 소정의 입찰 조건을 만족하는 경우, 입찰 필드(270)에 기록되는 하나 이상의 입찰 데이터에 대한 입찰 처리를 수행하고, 단일 클릭 비용의 크기에 따라 입찰 테이터 각각에 등위를 부여하게 된다. 이때, 부여 되는 등위는 단일 클릭 비용이 큰 입찰 테이터에 보다 높은 상위 등위가 부여되도록 하며, 이에 따라 입찰 처리 수단(240)은 입찰 필드(270) 내의 입찰 데이터 중에 서 가장 높은 단일 클릭 비용(1위 등위)의 입찰 데이터를 낙찰 데이터로서 결정하게 된다. 여기서, 입찰 조건은 특정 단위 표시존에 대한 광고주(130)의 입찰 데이터 신규 입력일 수 있으며, 입찰 처리 수단(240)은 신규 입력된 입찰 테이터와, 현재 해당 단위 표시존에 노출되는 검색 목록순의 입찰 테이터(또는 입찰 필드(270)에 기록된 입찰 테이터)를 비교하고, 보다 높은 단일 클릭 비용을 보유하는 입찰 테이터를 낙찰 대상으로 결정하게 된다. 이에 따라, 새로운 입찰 테이터의 입력에 따른 실시간적인 입찰 처리를 통해 신속한 낙찰 테이터의 결정 및 후술되는 해당

검색 목록순의 실시간적인 표시를 가능하게 하는 본 발명의 목적을 충실하게 이행하는 효과를 얻을 수 있다. 본 발명에서는 입찰 조건으로 신규 입찰 데이터의 입력을 예시하여 설명하고 있지만, 이는 본 발명의 일실시예에 불과할 뿐, 예컨대 현재 노출되는 검색 목록순의 소정 노출 권한이 상실되는 조건이 만족되는 경우, 입찰 필드(270)의 해당 기록 영역에 기록되는 노출 대기의 입찰 데이터에 한정하여 입찰 처리가 수행되도록 하는 등의 다양한 입찰 조건의 정의가 있을 수 있음은 물론이다. 이러한 입찰 조건은 시스템 환경을 고려한 본 시스템의 운영자에 의해 유연하게 설정될 수 있다.

<49> 또한, 제1 광고주가 입력한 배팅 입찰 데이터가 소정 기록 영역 내에서 가장 높은 단일 클릭 비용을 보유하는 낙찰 데이터로 결정되고, 또한 제1 광고주에 의해 선택되는 경우, 입찰 처리 수단(240)은 검색자(120)의 키워드 검색에 응답하여, 제1 검색 목록순을 제1 단위 표시존에 노출되도록 한다. 이에 따라, 검색자(120)의 키워드 검색에 의해 광고주(130), 즉 제1 광고주의 제1 검색 목록순이 검색 결과로서 노출되어 검색자(120)에게 제공된다.

<50> 노출 권한 전이 수단(250)은 소정의 전이 조건을 만족하는 경우, 제1 단위 표시존에서의 제1 검색 목록순에 대한 노출 권한을, 제1 단위 표시존에 대해 입찰 참여한 소정의 제2 검색 목록순에게 전이되도록 제어하는 장치이다. 여기서, 전이 조건은 소정 단위 표시존에서의 노출 권한을 가지고 있던 검색 목록순으로부터 상기 노출 권한을 박탈하는 조건으로, 즉, 제1 단위 표시존에서의 제1 검색 목록순 표시가 더 이상 이루어지 못하는 사항을 의미할 수 있다. 또한, 제2 검색 목록순

은 제2 광고주(제1 광고주를 제외한 다수의 광고주 중 특정의 광고주)로부터의 입찰 데이터에 대응되는 것으로, 예컨대 노출 대기하는 차등위의 단일 클릭 비용을 보유하는 입찰 데이터, 또는 현재 제1 단위 표시존에서의 노출 권한을 갖는 유효 입찰 데이터의 단일 클릭 비용보다 높은 크기를 보유하는 신규 입찰 데이터에 대응되는 검색 목록순일 수 있다. 즉, 노출 권한 전이 수단(250)은 제1 단위 표시존에서 제1 검색 목록순의 노출이 더 이상 허용되지 않는 전이 조건이 성립되는 경우, 유효 입찰 데이터에 부여되던 노출 권한을 박탈(환수)하는 역할을 수행한다. 이러한 노출 권한 전이 수단(250)의 노출 권한 박탈은 입찰 처리 수단(240)에 의한 자동 재입찰 수행을 유도하게 되며, 상기 입찰 처리 수단(240)은 노출 권한이 전이됨에 따라 제2 단위 표시존(제1 단위 표시존을 제외한 나머지 단위 표시존)에서의 제1 검색 목록순 표시와 연관하여 입찰 처리를 재수행하게 된다. 이에 따라, 제1 검색 목록순의 노출이 최대한 보장되도록 하는 본 발명의 목적을 충실히 이행하는 효과를 얻게 된다.

<51> 이하, 도 3a 내지 도 3d를 참조하여 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)에 의한 입찰 데이터의 입찰 처리 및 제1 검색 목록순의 노출에 대해 설명한다.

<52> 도 3a는 본 발명의 식별 위치를 구성하는 단위 표시존 및 단위 표시존에서 노출되는 검색 목록순의 일예를 나타내는 도면이다.

<53> 도 3a에서는 검색자(120)가 키워드 '렌탈'을 소정의 검색 엔진(110)에 입력함으로써 추출/노출되는 각 단위 표시존(301~304)에서의 검색 목록순을 예시하고 있다. 우선, 위치 정의 수단(210)은 검색 결과물인 검색 목록순이 노출되는 검색

화면의 소정 영역을 식별 위치로서 정의하며, 추출되는 다수의 검색 목록순 중에서 특정 하나의 검색 목록순 만을 표시하는 단위 표시존(301~304)을 구획하게 된다. 본 실시예에서는 4개의 단위 표시존(301~304) 각각으로 키워드 '렌탈'에 의해 추출된 검색 목록순 중 하나의 검색 목록순이 노출되는 것을 예시한다. 이에 따라, 검색자(120)에게는 키워드 '렌탈'에 대한 검색 결과로서, 4개의 검색 목록순이 노출되며, 이를 확인한 검색자(120)의 상기 노출된 검색 목록순에 대한 클릭 선택 신호가 발생되는 경우, 검색 엔진(110)은 해당 광고주(130)의 정보 사이트로 검색자(120)의 접속 연결이 이루어지도록 한다.

<54> 도 3b 및 도 3c는 본 발명에 따른 입찰 필드의 구성 일예를 나타내는 도면으로, 도 3b는 제1 광고주에 의해 입력되는 배팅 입찰 데이터의 일예를, 도 3c는 유효 입찰 데이터 중에서 입찰 선택이 이루어진 하나의 유효 입찰 데이터에 대한 입찰 처리 일예를 설명하기 위한 도면이다.

<55> 도 3b에 도시한 바와 같이, 입찰 필드(270)는 입력된 입찰 데이터를 단위 표시존(301~304) 각각에 구분하여 기록하며, 또한 단위 표시존(301~304) 내에서의 입찰 데이터 상호 간은 입찰 데이터에 포함되는 단일 클릭 비용의 크기에 따라 정렬이 이루어진다. 즉, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 광고주(130)가 노출을 원하는 특정의 단위 표시존을 인지하게 되고, 해당 단위 표시존에 대응되는 기록 영역으로 입찰 데이터가 정렬 기록되도록 한다. 예컨대, 인터페이스 수단(220)은 단위 표시존 1(301)에 관련되는 검색 목록순을 노출시키고자 하는 광고주(130)로부터 단위 표시존 1(301)을 특정하는 소정의 입찰 참여 신호를 수신할 수

있으며, 본 발명의 필드 연관 수단(260)은 단위 표시존 1(301)에 입찰 참여 신호를 발생시킨 3명의 광고주(130), 즉 '아주렌탈', 'A', 'E'가 입력한 입찰 데이터를, 단위 표시존 1(301)에 대응되는 입찰 필드(270)의 기록 영역에 저장시킨다. 또한, 입찰 처리 수단(240)은 광고주 '아주렌탈', 'A', 'E'가 입력한 입찰 데이터의 단일 클릭 비용을 비교하고 단일 클릭 비용 크기가 가장 큰 광고주 '아주렌탈'의 입찰 데이터를 최상위로 하는 정렬이 수행되도록 한다. 즉, 도 3b에 도시한 바와 같이, 광고주 '아주렌탈'의 입찰 데이터를 등위 1위가 부여될 수 있다. 이에 따라, 본 발명의 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 키워드 '렌탈'에 대한 검색 요청이 있는 경우, 검색자(120)에게 제공되는 검색 화면 상의 단위 표시존 1(301)로 광고 주 '아주렌탈'의 검색 목록순이 표시되도록 제어하게 된다. 노출이 이루어지는 검색 목록순은 단위 표시존 2(302) 내지 단위 표시존 4(304)에서도 동일한 과정 처리를 통해 결정되며, 입찰 처리 수단(240)은 각 기록 영역에 기록되는 최상위인 광고 주 '렌탈이엔피', '렌탈랜드', '렌탈코리아'와 연관되는 검색 목록순이 노출되도록 제어한다(도 3a 참조).

<56> 이러한 입찰 필드(270)의 입찰 데이터의 기록 현황하에서, 도 3b에 도시한 바와 같은 배팅 입찰 데이터가, 제1 광고주로부터 입력되는 경우, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 단위 표시존 1(301) 내지 단위 표시존 4(304) 각각에 대하여 단위 클릭 비용 크기에 의거한 입찰 처리를 수행하고 단위 표시존 1(301), 단위 표시존 2(302), 및 단위 표시존 4(304)에 입찰 참여한 배팅 입찰 데이터를 낙찰시키게 된다. 즉, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 제1 광고주 '오에이뱅크'가

입력한 4개의 배팅 입찰 데이터 중, 3개의 배팅 입찰 데이터를 유효 입찰 데이터로 결정하게 된다. 이후, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 3개의 유효 입찰 데이터에 대한 제1 광고주 '오에이뱅크'의 입찰 선택을 대기하게 된다. 상기 입찰 선택은 낙찰이 이루어진 단위 표시존 중에서 우선하여 표시하고자 하는 제1 광고주의 의사에 따라 특정의 단위 표시존을 결정하는 것으로, 입찰 선택이 이루어진 유효 입찰 데이터는 관련된 단위 표시존에서의 노출 권한이 부여된다.

<57> 예컨대, 도 3b에서와 같이 제1 광고주의 입찰 선택이 단위 표시존 1(301)에 관련하여 이루어지는 경우, 입찰 지정 수단(230)은 해당 단위 표시존 1(301)를 제1 단위 표시존으로 선정하고, 선정된 제1 단위 표시존에서의 제1 검색 목록순 노출이 이루어지도록 한다. 즉, 제1 광고주 '오에이뱅크'에 의해, 관련된 검색 목록순을 우선하여 표시하고자 하는 제1 단위 표시존으로서 단위 표시존 1(301)이 선정되는 경우, 입찰 지정 수단(230)은 단위 표시존 1(301)에 기준하여 저장되는 입찰 데이터에 대한 정렬 형태가, 유효 입찰 데이터를 최상위로 하는 정렬이 이루어지도록 한다.

<58> 도 3c에서는 단위 표시존 1(301)에 대응하여 입력되는 제1 광고주의 배팅 입찰 데이터를 입찰 선택된 유효 입찰 데이터로 결정하는 경우에 대해 설명한다. 상술한 바와 같이, 배팅 입찰 데이터의 입력에 응답하여, 입찰 제어 수단(240)은 입력된 배팅 입찰 데이터와, 단위 표시존 1(301)에 연관되어 기 기록되는 입찰 데이터와의 입찰 처리를 수행하게 된다. 즉, 입찰 제어 수단(240)은 단위 표시존 1(301)과 연관되는 입찰 데이터의 정렬을 수행하게 되며, 도 3c에 도시한 바와 같

이, 단일 클릭 비용이 가장 높은 제1 광고주 '오에이뱅크'의 배팅 입찰 데이터를 유효 입찰 데이터(낙찰된 입찰 데이터)로 결정하게 된다. 이후, 광고주 '오에이뱅크'에 의해 단위 표시존 1(301)과 관련된 유효 입찰 데이터가 입찰 선택이 이루어지고, 이에 따라, 기준에 단위 표시존 1(301)에 대한 노출 권한은 광고주 '아주렌탈'에서 제1 광고주 '오에이뱅크'로 전이되어 제1 광고주 '오에이뱅크'의 해당 검색 목록순을 단위 표시존 1(301)에 노출되도록 한다. 이때, 광고주 '아주렌탈'의 입찰 데이터는 차등위로 떨어지고 노출 대기하게 된다. 도 3c에 도시한 바와 같이, 본 발명의 실시예에서는 CTR이 상대적으로 낮은 단위 표시존 3(303)의 1위를 점유하는 입찰 데이터가, CTR이 상대적으로 높은 단위 표시존 2(302)의 1위를 점유하는 입찰 데이터의 단일 클릭 비용보다 더 큰 것을 예시하고 있으며, 이를 통해 CTR에 무관하게 단위 표시존(301~304) 각각에 대한 독립적인 입찰 처리 및 과금 비용 결정을 보장할 수 있게 된다.

<59> 도 3d는 본 발명에 따른 제1 단위 표시존에 대한 입찰 처리 및 제1 광고주의 입찰 선택에 따라 노출이 이루어지는 제1 검색 목록순의 일 예를 설명하기 위한 도면이다.

<60> 입찰 처리 수단(240)은 상술한 입찰 처리에 의해 단위 표시존 1(301)에 대한 노출 권한을 광고주 '아주렌탈'에서 제1 광고주 '오에이뱅크'로 전이시키며, 도 3d에 도시한 바와 같이, 단위 표시존 1(301) 상에 제1 광고주 '오에이뱅크'와 관련되는 제1 검색 목록순이 노출되도록 제어하게 된다. 이에 따라, 제1 광고주 '오에이뱅크'는 자신(또는 자사)와 연관되는 제1 검색 목록순을, 표시하고자 하는 노출 위

치에 적절하게 표시할 수 있게 된다.

<61> 또한, 제1 단위 표시존인 단위 표시존 1(301)에서 제1 검색 목록순에 대한 노출 권한이 박탈(환수)되는 경우, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 제2 단위 표시존, 즉 단위 표시존 2(302) 내지 단위 표시존 4(304)에서의 제1 검색 목록순에 대한 자동 재입찰을 수행한다. 이를 위해, 입찰 지정 수단(230)은 유효 입찰 데이터로 결정되지 않은 배팅 입찰 데이터 및 입찰 선택이 이루어지지 않는 유효 입찰 데이터를 자동 입찰 데이터로 결정할 수 있으며, 제2 단위 표시존에서의 상기 자동 입찰 데이터에 대한 입찰 처리가 수행되도록 하여 제1 검색 목록순에 대한 지속적인 노출이 유지되도록 최대한 보장하게 된다.

<62> 이하, 상술한 도 3b 및 도 3c를 참조하여, 제1 검색 목록순에 대한 자동 재입찰에 대해 설명한다.

<63> 우선, 소정의 전이 조건의 발생으로 인하여 단위 표시존 1(301)에서의 제1 검색 목록순에 대한 노출 권한이 박탈되는 경우를 가정한다. 이때, 노출 권한 부여 수단(250)은 박탈된 단위 표시존 1(301)에서의 노출 권한을 예컨대, 노출 대기하고 있는 차등위 입찰 데이터(아주렌탈)에게 전이하거나, 단일 클릭 비용이 유효 입찰 데이터의 것보다 높은 신규 입찰 데이터에게 전이되도록 제어할 수 있다. 또한, 입찰 처리 수단(240)은 제1 광고주의 자동 입찰 데이터에 대한 제2 단위 표시존에서의 입찰 처리를 수행한다. 이때, 자동 재입찰에 의해 낙찰이 이루어진 자동 입찰 데이터의 수가 2이상일 경우에는 소정의 표시 우선 조건에 의거하여 제1 검색 목록순이 노출되는 하나의 단위 표시존을 결정한다. 여기서, 표시 우선 조건은 자

동 재입찰을 통해 낙찰이 이루어진 제2 단위 표시존이 2이상일 경우, 최적한 하나의 제2 단위 표시존을 결정하는 기준이 되며, 본 실시예에서는 낙찰이 이루어진 자동 입찰 데이터와 연관되는 제2 단위 표시존의 배열 순위, 낙찰이 이루어진 자동 입찰 데이터의 단일 클릭 비용 크기, 낙찰이 이루어진 자동 입찰 데이터에 대한 광고주의 선택 등을 표시 우선 조건으로 설정할 수 있다. 도 3b 및 도 3c를 참조하는 경우, 제1 광고주 '오에이뱅크'에 대한 제2 단위 표시존에서의 자동 입찰 데이터가 낙찰되는 단위 표시존은 단일 클릭 비용의 크기에 의거하여 단위 표시존 2(302) 및 단위 표시존 4(304)가 된다. 즉, 제1 광고주에 의해 기입력된 배팅 입찰 데이터 중에서, 자동 재입찰을 통해 해당 기록 영역에서 등위 1위가 되는 배팅 입찰 데이터는, 단일 클릭 비용의 크기에 따라 단위 표시존 2(302)와 단위 표시존 4(304)에 대응하여 입력되는 배팅 입찰 데이터, 바람직하게는 입찰 선택이 이루어지지 않은 유효 입찰 데이터가 된다.

<64> 먼저, 표시 우선 조건으로서 '제2 단위 표시존의 배열 순위'가 적용되는 경우, 키워드 입찰 제어 시스템(200)은 제1 광고주 '오에이뱅크'에 대응되는 제1 검색 목록순을 단위 표시존 2(302)에서만 노출하고 단위 표시존 4(304)에서는 노출시키지 않는다. 즉, 표시 우선 조건 '단위 표시존의 배열 순위'는 CTR(노출 대비 클릭)이 보다 우수한 단위 표시존에서 검색 목록순이 노출되도록 유도하기 위한 것으로, 이를 통해 광고주(130)로 하여금 보다 높은 광고 효과를 발생시킬 수 있다.

<65> 또한, 표시 우선 조건으로서, '단일 클릭 비용 크기'가 적용되는 경우, 키워드 입찰 제어 시스템(200)은 광고주 '오에이뱅크'에 대응되는 제1 검색 목록순을,

예컨대 단일 클릭 비용이 '1,000원'인 단위 표시존 2(302) 아닌 '700원'인 단위 표시존 4(304)에서 노출되도록 한다. 즉, 표시 우선 조건 '단일 클릭 비용 크기'는 낙찰된 자동 입찰 테이터의 단일 클릭 비용을 비교하고 보다 낮은 크기의 단일 클릭 비용이 입력되는 단위 표시존에서 검색 목록순이 노출되도록 유도하기 위한 것으로, 이를 통해 낮은 광고 비용에서 검색 목록순에 대한 과금이 이루어지도록 함으로써 광고주(130)에게 부가되는 광고 비용이 절약되도록 하는 효과를 발생시킬 수 있다. 본 표시 우선 조건의 실시예에서는 단일 클릭 비용이 낮은 자동 입찰 테이터가 입력된 단위 표시존을 제1 검색 목록순이 표시될 노출 위치로 선정되는 것을 예시하여 설명하고 있지만, 이는 설명의 편의를 위한 것으로, 역으로 단일 클릭 비용이 높은 자동 입찰 테이터가 입력된 단위 표시존을 제1 검색 목록순이 노출되는 단위 표시존으로 결정하는 등 다양한 선정 방식이 있을 수 있음을 물론이다. 이러한 제1 검색 목록순이 표시될 단위 표시존의 선정 방식은 시스템 환경을 고려한 본 시스템의 운영자에 의해 유연하게 선정할 수 있음을 본 발명에 속하는 당업자에게 타당하다 할 것이다.

<66> 또한, 표시 우선 조건으로, '광고주의 선택'이 적용되는 경우, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 제1 광고주 '오에이뱅크'에게 자동 입찰 테이터의 낙찰에 관한 정보를 통지하고, 제1 광고주 '오에이뱅크'의 소정 선택 신호에 응답하여 제1 검색 목록순이 노출되는 단위 표시존을 결정하게 된다. 즉, 표시 우선 조건 '광고주의 선택'은 제1 광고주의 능동적인 선택을 보장하기 위한 것으로, 제1 광고주 '오에이뱅크'의 임의 선택에 의해 검색 목록순이 노출되는 단위 표시존을 단위 표시

존 2(302) 또는 단위 표시존 4(304)로 결정할 수 있다.

<67> 따라서, 본 발명은 제1 단위 표시존에서의 노출 권한이 박탈되는 제1 검색 목록순이더라도 자동 재입찰을 통해 다른 단위 표시존에서 노출을 유지시킬 수 있도록 함으로써 광고주로 하여금 지속적인 광고 효과를 얻게 하는 이점이 있다. 더불어, 본 발명은 단일 클릭 비용의 입력에 의한 입찰 처리로서 노출된 검색 목록순이 결정되도록 함으로써 입찰 대기 없는 실시간적인 노출을 가능하게 하는 효과를 얻을 수 있다.

<68> 본 실시예에서는 입력된 하나 이상의 배팅 입찰 데이터에 대한 입찰 처리를 통해 낙찰이 이루어진 배팅 입찰 데이터를 유효 입찰 데이터로 선정하고, 선정된 유효 입찰 데이터 중에서 입찰 선택된 하나의 유효 입찰 데이터를 제외한 나머지 유효 입찰 데이터 또는 미낙찰된 배팅 입찰 데이터를 자동 입찰 데이터로 결정하는 것을 예시하여 설명하고 있지만, 이는 본 발명의 일실시예에 불과한 것은 본 발명이 속하는 기술 분야의 당업자에게 타당할 것이다.

<69> 즉, 본 발명의 다른 실시예에서는, 자동 입찰 데이터의 입력 시점을 특별하게 한정하지 않을 수 있으며, 예컨대 제1 단위 표시존에서의 노출 권한이 제1 검색 목록순에게 부여되는 상태하에서, 나머지 단위 표시존의 일부에 대한 자동 입찰 데이터를 제1 광고주로부터 수신 받을 수 있도록 제어할 수 있다. 이러한 자동 입찰 데이터에 대한 자동 재입찰 처리는 상술한 것과 같이, 제1 단위 표시존에서의 전이 조건(제1 검색 목록순으로부터 제1 단위 표시존의 노출 권한을 박탈하는 조건)이 만족되는 경우 수행되도록 할 수 있다.

<70> 따라서, 본 실시예에 따르면, 자동 입찰 데이터의 입력 시점에 대한 유연한 조정을 가능하게 함으로써 본 발명으로부터 유추할 수 있는 다양한 서비스 모델의 개발 확장성을 보장하는 효과를 얻을 수 있다.

<71> 본 발명의 다른 실시예로서 단위 표시존에 표시되는 검색 목록순에 대한 광고 비용을 결정할 수 있다.

<72> 이를 위해 본 발명의 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 과금 제어 수단(도시하지 않음)을 더 포함할 수 있으며, 과금 제어 수단은 표시된 검색 목록순에 대한 소정 검색자(120)의 1회 클릭에 따라 부가되는 광고 비용을 결정하는 장치일 수 있다. 특히, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 입찰 필드(270)에 정렬되는 입찰 데이터 중에 차등위의 단일 클릭 비용을 참조하여 광고 비용을 결정한다. 여기서 광고 비용은, 소정 단위 표시존(301~304)에 노출되는 검색 목록순에 대한 광고료로서 검색자(120)의 클릭 선택에 의해 발생하는 비용을 의미하며, 광고 비용에 대한 실제 과금 결제는, 예컨대 검색자(120) 클릭에 연동되어 해당 광고주(130)의 소정 예치금에서부터 결정된 광고 비용이 차감되도록 할 수 있다. 이외에, 검색 목록순의 광고 비용으로서 낙찰 데이터에 포함되는 단일 클릭 비용을 그대로 광고 비용으로 결정하는 등의 다양한 광고 비용 결정 방식이 있을 수 있다.

<73> 예를 들어, 도 3b에서 과금 제어 수단에 의해 입찰 필드(270)의 차등위, 즉 등위 2위로 정렬되는 입찰 데이터의 단일 클릭 비용을 인지하게 되고, 각각 단일 클릭 비용에 소정의 가산금 '+10원'이 적용되는 것을 가정한다. 이에 따라, 각 단위 표시존(301~304)에서의 검색 목록순 노출과 연관된 광고 비용으로서, 과금 제

어 수단은 단위 표시존 1(301)은 '750+10원'으로, 단위 표시존 2(302)는 '800+10원', 단위 표시존 3(303)은 '700+10원', 및 단위 표시존 4(304)는 '400+10원'을 결정하게 된다. 즉, 검색자(120)의 키워드 '렌탈' 입력을 의해 추출되어 표시되는 검색 목록순이 도 3a와 같이, '아주렌탈', '렌탈이엔피', '렌탈랜드', '렌탈코리아'인 경우, 만약 검색자(120)가 '아주렌탈'과의 접속을 위해 해당 검색 목록순에 클릭 입력하게 되면, 과금 제어 수단은 광고주 '아주렌탈'의 광고주(130)에게는 '850원'의 광고 비용을 부가하게 된다.

<74> 이에 따라, 본 발명은 노출된 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭 선택에 따라 광고 비용이 과금 부가되도록 함으로써 합리적인 과금 결제가 가능하며, 광고주(130)로 하여금 경제적이면서 보다 효율적인 광고 효과를 얻어지도록 하는 이점이 있다.

<75> 본 실시예에서는 검색자(120)의 단일 클릭 횟수에 따라 광고 비용이 부가되는 것을 한정하여 설명하고 있지만, 이는 본 발명의 일실시예에 불과하며, 예전대 검색 목록순의 노출 횟수, 검색 목록순에 대한 유효 클릭 횟수(방문 횟수), 광고주(130)와의 접속 후 연계되는 구매 횟수 등 다양한 광고 비용의 부가 방식이 있을 수 있음은 물론이다. 또한, 상기와 연관되어 과금되면서 광고자가 최대 지불 용의가 있는 금액이 될 수도 있다. 또한, 상기 요소들을 복합적으로 고려한 방식을 채택할 수도 있다. 이러한 광고 비용 부가 방식의 채택은 시스템 환경을 고려한 본 시스템의 운영자에 의해 유연하게 변경 설정할 수 있다.

<76> 이러한 구성을 갖는 본 발명에 따른 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)의

작업 흐름을 상세히 설명한다.

<77> 도 4는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 키워드 광고 노출 제어 방법을 구체적으로 도시한 작업 흐름도이다.

<78> 본 실시예에 따른 키워드 광고 노출 제어 방법은 상술한 키워드 광고 노출
제어 시스템(200)에 의해 수행된다.

<79> 우선, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 소정 키워드 검색에 의해 추출되는 검색 목록순이 표시되는 노출 위치를 하나 이상의 단위 표시존(301~304)으로 구획한다(S410). 본 단계(S410)는 검색자(120)의 키워드 입력에 응답하여 추출되는 검색 목록순이 화면 상에 배치되는 위치 구도를 결정하는 과정으로, 예컨대 노출 대비 클릭수(CTR)를 고려한 위치 정의 수단(210)에 의해 검색 화면의 최상단을 노출 위치로 정의할 수 있다. 또한, 본 단계(S410)에서 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 노출 위치를 하나 이상의 단위 표시존(301~304)으로 구획함으로써 추출된 검색 목록순의 독립적인 노출을 보장하게 된다. 이러한 단위 표시존(301~304)의 구획은 해당 단위 표시존(301~304) 별로 입찰을 수행하고, 광고주(130)가 원하는 노출 위치에만 특정의 검색 목록순이 노출되도록 하기 위한 것으로, 이를 통해 광고주(130)의 의사가 적극적으로 반영되도록 하는 본 발명의 목적을 충실히 게 이행하게 된다.

<80> 또한, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 단위 표시존(301~304) 각각에
서의 제1 검색 목록순 표시와 연관되는 하나 이상의 배팅 입찰 데이터를 제1 광고
주로부터 입력 받는다(S420). 본 단계(S420)는 검색자(120)의 검색 요청에 응답하

여 소정 노출 위치에 자신(자사)의 검색 목록순을 표시하고자 하는 제1 광고주로부터 각 단위 표시존(301~304)의 입찰 참여와 관련된 배팅 입찰 데이터를 수신하는 과정으로, 배팅 입찰 데이터 각각은 제1 검색 목록순이 검색 작업에 의해 추출/노출되는 경우 광고주(130)가 최대 지불 용의가 있는 단일 클릭 비용을 포함하게 된다. 이러한 단일 클릭 비용은 입찰 참여를 위한 일종의 배팅(betting)값이 되며, 본 실시예에서 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 노출 위치를 구성하는 단위 표시존 각각에 대해 소정의 단일 클릭 비용을 포함하는 배팅 입찰 데이터를 입력 받게 된다.

<81> 또한, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 광고주(130)와 소정의 검색 목록순을 연관시킨다(S430). 본 단계(S430)는 광고주(130)와 관련되는 검색 목록순을 입력 받아 해당 광고주(130)와 연관되도록 예컨대, 검색 정보 데이터베이스(도시하지 않음)에 저장 유지하는 과정이다. 이에 따라, 광고주(130)는 자신(또는 자사)과 관련하여 광고하고자 하는 검색 목록순을 특정하여 저장하게 된다.

<82> 계속해서, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 입력된 배팅 입찰 데이터에 대한 소정의 입찰 처리를 수행하고, 낙찰이 이루어지는 적어도 하나 이상의 배팅 입찰 데이터를 유효 입찰 데이터로 설정한다(S440). 본 단계(S440)는 하나 이상의 단위 표시존(301~304) 중에서 실제 제1 광고주가 입찰 참여하고자 하는 제1 단위 표시존을 소정의 입찰 선택에 의해 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)에 인지되도록 하는 과정으로, 예컨대 제1 광고주의 소정 단말 수단(도시하지 않음)으로 제공되는 입찰 필드(270)에 관한 현황 정보, 입찰 처리에 따라 낙찰이 이루어진 배팅

입찰 데이터의 현황 정보, 상기 현황 정보에 대한 제1 광고주의 선택 입력을 통해 제1 단위 표시존에 대한 입찰 선택이 이루어지도록 할 수 있다. 즉, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200) 상술한 도 3b와 같은 현황 정보를 제공 받은 제1 광고주로부터 각 단위 표시존(301~304)에 대한 단위 클릭 비용을 포함하는 배팅 입찰 데이터를 입력 받게 되며, 입력된 배팅 입찰 데이터에 대한 입찰 처리를 통해 소정의 단위 표시존(301,320,304)에서 낙찰이 이루어진 배팅 입찰 데이터를 유효 입찰 데이터로 설정된다. 이후, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 제1 광고주의 입찰 선택에 의해 특정 단위 표시존에 대한 예컨대, 컴퓨터 마우스에 의한 선택 클릭에 연동하여 해당 단위 표시존을 제1 단위 표시존(301)으로 결정하게 된다. 특히, 본 단계(S440)에서 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 배팅 입찰 데이터를 기록하는 입찰 필드(270)의 소정 기록 영역 각각을, 노출 위치를 구획하는 단위 표시존과 연관시키는 과정을 포함할 수 있으며, 이하 도 5를 참조하여 보다 상세히 설명한다.

<83> 도 5는 본 발명에 따른 단위 표시존 및 입찰 필드의 기록 영역을 연관시켜
광고주의 입찰 데이터 또는 제1 광고주의 배팅 입찰 데이터를 독립적으로 기록하는
방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

<84> 여기서, 입찰 필드는 단위 표시존(301~304)을 기준으로 하는 하나 이상의 기록 영역으로 분류될 수 있으며, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 배팅 입찰 레이터 입력에 응답하여 단위 표시존(301~304)과 소정의 입찰 필드(270)를 연관시킨다(S510). 본 단계(S510)는 소정의 광고주(130)로부터 수신되는 입찰 레이터,

또는 제1 광고주에 의해 입력되는 배팅 입찰 데이터를 기록하기 위한 입찰 필드(270)를 검색 목록순이 표시되는 특정의 노출 위치와 연관되도록 하는 과정이며, 특히 본 단계(S510)에서 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 입찰 필드(270)의 소정 기록 영역 각각을, 노출 위치를 구획하는 단위 표시존(301~304)과 연관시키게 된다.

<85> 다음으로, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 입력되는 배팅 입찰 데이터를 각 단위 표시존에 연관되는 특정 기록 영역으로 기록시킨다(S520). 본 단계(S520)는 제1 광고주가 입력한 배팅 입찰 데이터를 해당 기록 영역으로 기록하고, 각 단위 표시존에서의 배팅 입찰 데이터의 등위를 판단하기 위한 과정이다. 즉, 본 단계(S520)는 제1 광고주의 배팅 입찰 데이터 중에서 각 단위 표시존에서 등위 1위에 위치하는 배팅 입찰 데이터를 유효 입찰 데이터로 결정하기 위한 입찰 처리 과정이다. 입찰 처리에서, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 입찰 필드(270)에 기록되는 하나 이상의 입찰 데이터를 단일 클릭 비용의 크기에 의기하여 정렬하고, 정렬된 입찰 데이터 각각으로 소정의 등위를 부여하게 된다. 본 실시예에서 적용되는 등위의 부여 방식은 입찰 필드(270)에 기록되는 입찰 데이터 중에서 가장 높은 단일 클릭 비용을 갖는 입찰 데이터에 1위 등위가 부여되도록 하는 것으로 1위의 입찰 데이터를 낙찰 데이터로 결정하게 된다. 이하, 도 6을 참조하여 입찰 처리에 대해 보다 상세히 설명한다.

<86> 도 6은 본 발명에 따른 단위 표시존에 대한 입찰 처리를 수행하는 방법의 일 예를 나타내는 작업 흐름도이다.

<87> 도 6에서는 예컨대, 입찰 처리 수단(240)에서 수행되는 입찰 처리를 예시한다.

<88> 소정의 입찰 처리를 위해, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은, 단위 표시존과 연관되는 기록 영역에 기록되는, 배팅 입찰 데이터를 포함한 입찰 데이터 각각에 소정의 등위를 부여한다(S610). 본 단계(S610)는 각 단위 표시존에 표시될 검색 목록순의 결정을 위해, 해당 단위 표시존과 연관되는 기록 영역으로 입력되는 입찰 데이터에 등위가 부여되도록 하는 과정으로, 예컨대 가장 높은 단일 클릭 비용을 보유하는 입찰 데이터에 1위의 등위가, 최저 단일 클릭 비용의 입찰 데이터에 최하의 등위가 부여되도록 한다.

<89> 다음으로, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은, 최상의 등위를 보유하는 입찰 데이터를 낙찰 데이터로 결정한다(S620). 본 단계(S620)는 등위 1위의 입찰 데이터에 노출 권한을 부여하고, 해당 단위 표시존에서 1위의 입찰 데이터와 연관되는 검색 목록순이 노출되도록 하는 과정이다. 특히, 본 단계(S620)에서 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은, 제1 광고주에 의해 입력되는 입찰 데이터(배팅 입찰 데이터)가 해당 단위 표시존에서 등위 1위가 되는 경우, 유효 입찰 데이터로 결정하게 된다. 예를 들어, 상술한 도 3b에서 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 제1 광고주가 입력한 배팅 입찰 데이터 중에서 단위 표시존 1(301), 단위 표시존 2(302), 및 단위 표시존 4(304)에서의 배팅 입찰 데이터에 최상의 등위를 부여하고 유효 입찰 데이터로 결정하고 있다.

<90> 이에 따라, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 낙찰 데이터와 연관되는

검색 목록순을 제1 단위 표시존에 노출되도록 하며, 각 단위 표시존에서의 독립적인 입찰 처리를 수행하는 본 발명의 목적을 충실히 이행하는 효과를 얻을 수 있다.

<91> 다시, 도 4를 살펴보면, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 제1 광고주의 소정 입찰 선택에 의해 설정된 유효 입찰 데이터 중에서 하나의 유효 입찰 데이터를 지정하고, 지정된 유효 입찰 데이터와 관련된 단위 표시존을 제1 단위 표시존으로 결정한다(S450). 본 단계(S530)는 제1 광고주가 실제 입찰 참여하고자 하는 제1 단위 표시존을 선택하는 과정으로, 하나 이상의 유효 입찰 데이터 중에서 하나의 유효 데이터를 선택함으로써 단위 표시존을 제1 단위 표시존으로 지정하게 된다(도 3b에서의 단위 표시존1). 이에 따라, 특정 단위 표시존에 검색 목록순이 우선하여 노출되도록 하는 제1 광고주의 의지가 잘 반영되며, 또한 제1 광고주의 유효 입찰 데이터가 복수일 경우 동일한 검색 목록순이 한 화면에서 중복되어 표시되는 비효율성을 억제하는 효과를 얻을 수 있다. 이 때, 제1 광고주의 입찰 선택이 이루어지지 않은 배팅 입찰 데이터는, 해당 기록 영역에 유지되어 자동 재입찰을 대기하거나(해당 단위 표시존에서의 노출 권한을 예컨대 등위 2위에 전이), 기록 영역에서 삭제되어질 수 있다.

<92> 또한, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 결정된 제1 단위 표시존에서의 노출 권한을 제1 광고주와 연관된 검색 목록순에게 부여한다(S460). 본 단계(S460)는 제1 단위 표시존에 대한 입찰 선택이 이루어진 제1 단위 표시존에서 제1 검색 목록순이 표시되도록 제어하는 과정으로, 검색 요청에 의한 검색 결과로서 제1 검색 목록순이 제1 단위 표시존에 특정하여 노출되도록 하는 과정이다.

<93> 다시 도 4를 살펴보면, 소정의 전이 조건을 만족하는 경우, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 제1 단위 표시존에서의 광고주와 연관된 제1 검색 목록순에 대한 노출 권한을, 제1 단위 표시존에 대해 입찰 참여한 소정의 제2 검색 목록순에 게 전이되도록 제어한다(S460). 본 단계(S460)는 제1 단위 표시존에서의 제1 검색 목록순 표시와 관련하여, 제1 목록순의 노출이 더 이상 허여되지 않는 경우, 예컨대 노출 대기하는 차등위의 입찰 데이터 또는 단일 클릭 비용이 높은 신규 입찰 데이터의 제2 검색 목록순으로 노출 권한이 전이되도록 하는 과정이다. 즉, 본 실시예에서의 전이 조건으로는 신규 입찰 데이터의 수신 또는 소정 계약의 종료를 예시하고 있으며, 이하 도 7a 및 도 7b를 참조하여 노출 권한의 제2 검색 목록순 전이에 대해 설명한다.

<94> 도 7a는 본 발명의 전이 조건으로서 신규 입찰 데이터가 수신되는 경우, 노출 권한을 전이시키는 방법의 일례를 나타내는 작업 흐름도이다.

<95> 우선, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 제1 단위 표시존을 특정하여 입력되는 신규 입찰 데이터를 해당 기록 영역으로 기록시킨다(S710). 본 단계(S710)는 제1 단위 표시존에 대한 입찰 참여를 위해 제2 광고주로부터 입력되는 입찰 데이터를 수신하고, 수신된 입찰 데이터를 제1 단위 표시존에 대응하는 입찰 필드(270)의 기록 영역에 기록시키는 과정이다. 이러한 신규 입찰 데이터의 입력은 어떠한 시간적 제약 없이 이루어질 수 있으며, 이로 인해 입찰 데이터 입력 후, 실시간적으로 특정 검색 목록순을 노출시키는 본 발명의 목적을 충실히 이행할 수 있다.

<96> 다음으로, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 신규 입찰 데이터를 포함한, 기록 영역에 기록된 하나 이상의 입찰 데이터에 대한 입찰 처리를 수행한다(S720). 본 단계(S720)는 기록 영역에 대한 입찰 처리를 수행하는 과정으로, 제1 단위 표시존에서의 기존 노출 권한을 보유하는 유효 입찰 데이터의 단일 클릭 비용보다 신규 입찰 데이터의 단일 클릭 비용이 높을 경우, 예컨대 입찰 처리 수단(240)에 의한 등위의 재조정이 이루어지게 된다. 즉, 입찰 처리 수단(240)은 유효 입찰 데이터를 등위 2위로 하여 노출 권한을 박탈시키고, 반면 신규 입찰 데이터를 등위 1위로 하여 노출 권한의 전이 및 관련되는 제2 검색 목록순을 제1 단위 표시존에 노출되도록 제어한다. 이에 따라, 전이 조건이 만족되며, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 제1 검색 목록순에 대한 자동 재입찰을 수행하여 타 단위 표시존(제2 단위 표시존)에서의 지속적인 노출이 가능하도록 제어하게 된다.

<97> 도 7b는 본 발명의 전이 조건으로서 노출이 이루어지는 제1 검색 목록순의 소정 계약이 종료되는 경우, 노출 권한을 전이시키는 방법의 일예를 나타내는 작업흐름도이다.

<98> 도 7b에 도시한 바와 같이, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 계약이 종료된 제1 검색 목록순의 해당 유효 입찰 데이터를 제외한, 제1 단위 표시존과 연관된 기록 영역에 기록된 하나 이상의 입찰 데이터에 대한 입찰 처리를 수행한다(S730). 여기서, 계약의 종료는 광고주(130)의 검색어 광고 중단 또는 소정 광고 예치금의 소멸 등으로, 노출 권한(소정 단위 표시존에서의 검색 목록순을 표시시킬 수 있는 권리)을 보유하고 있던 제1 검색 목록순의 지속적인 노출이 불가한 경우를

지칭하게 된다. 즉, 본 단계(S650)는 입찰 필드(270)의 기록 영역에서 계약이 종료된 기준 등위 1위의 유효 입찰 데이터(낙찰 데이터)를 제거하고, 등위 2위 이하의 입찰 데이터에 대한 입찰 처리가 수행되도록 하는 과정이다.

<99> 이러한 계약의 종료에 의한 전이 조건에서 노출 권한은 단위 표시존(바람직하게는 제1 단위 표시존) 내의 차등위(次等位) 입찰 데이터에 포함되는 제2 검색 목록순으로 전이되며, 예컨대 계약의 종료는 제1 단위 표시존에 노출되는 제1 검색 목록순에 대한 상기 광고주의 검색어 광고 중단 요청이 발생하거나 소정 광고 예치금이 소멸되는 경우일 수 있다. 즉, 노출 권한의 전이가 발생하는 경우, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 노출 대기하던 차등위의 입찰 데이터에게 노출 권한을 전이시키게 된다. 이에 따라, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 기준 등위 2위를 점유하는 입찰 데이터에게 노출 권한을 전이시키고, 해당 검색 목록순을 단위 표시존에서 노출되도록 한다. 또한, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 전이 조건이 만족됨에 따라 제1 검색 목록순에 대한 자동 재입찰을 수행하여 타 단위 표시존(제2 단위 표시존)에서의 지속적인 노출이 가능하도록 제어하게 된다.

<100> 따라서, 현재 노출되는 검색 목록순에 대한 노출 권한이 종료되는 경우, 본 발명은 노출 대기하는 차등위의 입찰 데이터에 의한 단위 표시존에서의 검색 목록 순 노출이 연속적으로 이루어지도록 함으로써 본 시스템의 운영자로 하여금 지속적인 광고 수익을 발생시키는 효과를 얻을 수 있다.

<101> 이어서, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 제2 단위 표시존에서의 제1 검색 목록순 표시와 연관하여 입찰 처리를 재수행한다(S480). 본 단계(S480)는 지

정된 유효 입찰 데이터를 제외한 나머지 유효 입찰 데이터 및 낙찰되지 않은 배팅 입찰 데이터로서의 자동 입찰 데이터를 입찰 처리 하는 과정으로, 노출 권한이 박탈된 제1 단위 표시존 이외의 단위 표시존(제2 단위 표시존)에서 제1 검색 목록순이 노출될 수 있는지를 판단하게 된다. 이하, 도 8을 참조하여 제1 검색 목록순에 대한 자동 재입찰에 대해 설명한다.

<102> 도 8은 본 발명에 따른 제1 검색 목록순 표시와 연관하여 자동 채입찰 처리를 수행하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

<103> 여기서, 제2 단위 표시존은 제1 단위 표시존을 제외한 배팅 입찰 데이터가
입력된 단위 표시존을 의미한다.

<104> 우선, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 자동 입찰 데이터에 대한 입찰 처리가 수행되도록 제어한다(S810). 본 단계(S810)는 최초 입찰 처리에 의해 낙찰이 이루어지지 않는 배팅 입찰 데이터 또는 입찰 선택이 이루어지지 않은 유효 입찰 데이터에 대한 재입찰 처리가 수행되도록 하는 과정으로, 예컨대 도 3c에서 단위 표시존 2(302) 내지 단위 표시존 4(304)에 대응하여 입력되는 배팅 입찰 데이터에 대해서 자동 재입찰을 수행하게 된다. 즉, 본 단계(S810)는 제1 단위 표시존에서의 노출 권한이 박탈된 제1 검색 목록순을 다른 단위 표시존(제2 단위 표시존)에서 노출 가능한지의 여부를 확인하게 된다.

<105> 다음으로, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 자동 재입찰 처리에 의해, 적어도 일부의 자동 입찰 데이터가 낙찰되는 경우, 설정된 표시 우선 조건에 의거 한 하나의 자동 입찰 데이터를 특정한다(S820). 본 단계(S820)는 자동 재입찰을

통해 둘 이상의 제2 단위 표시존에서 자동 입찰 데이터가 최상위(등위 1위)로 정렬되는 경우, 제1 검색 목록순이 노출된 하나의 제2 단위 표시존을 결정하는 과정이다. 예컨대, 도 3c에서 자동 재입찰을 통해 자동 입찰 데이터가 낙찰이 이루어지는 제2 단위 표시존은 단위 표시존 2(302) 및 단위 표시존 4(304)가 되며, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 표시 우선 조건에 의거하여 단위 표시존 2(302) 또는 단위 표시존 4(304)에 입찰 참여한 자동 입찰 데이터를 특정하게 된다.

<106> 상기 표시 우선 조건은 낙찰이 이루어진 자동 입찰 데이터와 연관되는 제2 단위 표시존의 배열 순위, 낙찰이 이루어진 자동 입찰 데이터의 단일 클릭 비용 크기, 낙찰이 이루어진 상기 자동 입찰 데이터에 대한 광고주의 선택일 수 있다. 이와 관련된 상세한 설명은 상술한 입찰 처리 수단(240)의 자동 재입찰에 대한 설명을 갈음하고 여기서는 생략한다. 이러한 자동 재입찰을 통해 본 발명은, 제1 단위 표시존에서의 노출 권한이 박탈된 제1 검색 목록순에 대하여 검색 화면에서의 노출이 지속되도록 추가적인 입찰 기회를 부여함으로써 제1 광고주로 하여금 안정적인 광고 효과를 얻도록 하는 이점을 얻게 된다.

<107> 또한, 키워드 광고 노출 제어 시스템(200)은 특정된 자동 입찰 데이터가 입찰 참여한 제2 단위 표시존에서 제1 검색 목록순이 표시되도록 제어한다(S830). 본 단계(S830)는 특정된 하나의 제2 단위 표시존에서 제1 검색 목록순의 노출이 지속되도록 하는 과정으로, 검색자(120)의 소정 키워드 검색에 응답하여 노출 권한이 상실된 이전의 제1 단위 표시존에서의 제1 검색 목록순 노출 대신에 새로운 노출 위치(제2 단위 표시존)에서 제1 검색 목록순이 표시되도록 한다.

<108> 따라서, 본 발명은 광고주(130)가 원하는 노출 위치에서만 검색 목록순이 표시되도록 하고 이외에 다른 노출 위치에는 표시되지 않도록 함으로써 노출 위치에 대한 광고주(130)의 능동적인 선택을 보장하는 효과를 얻을 수 있다. 더불어, 원하는 노출 위치에서의 검색 목록순 표시가 불가한 경우라도 자동 재입찰에 의한 다른 노출 위치에서 검색 목록순 표시가 가능하여 지속적인 광고 효과를 발생시키는 이점을 얻을 수 있다.

<109> 본 발명의 실시예들은 다양한 컴퓨터로 구현되는 동작을 수행하기 위한 프로그램 명령을 포함하는 컴퓨터 판독 가능 매체를 포함한다. 상기 컴퓨터 판독 가능 매체는 프로그램 명령, 데이터 파일, 데이터 구조 등을 단독으로 또는 조합하여 포함할 수 있다. 상기 매체는 본 발명을 위하여 특별히 설계되고 구성된 것들이거나 컴퓨터 소프트웨어 당업자에게 공지되어 사용 가능한 것일 수도 있다. 컴퓨터 판독 가능 기록 매체의 예에는 하드 디스크, 플로피 디스크 및 자기 테이프와 같은 자기 매체, CD-ROM, DVD와 같은 광기록 매체, 플롭티컬 디스크와 같은 자기-광 매체, 및 룸, 램, 플래시 메모리 등과 같은 프로그램 명령을 저장하고 수행하도록 특별히 구성된 하드웨어 장치가 포함된다. 상기 매체는 프로그램 명령, 데이터 구조 등을 지정하는 신호를 전송하는 반송파를 포함하는 광 또는 금속선, 도파관 등의 전송 매체일 수도 있다. 프로그램 명령의 예에는 컴파일러에 의해 만들어지는 것과 같은 기계어 코드뿐만 아니라 인터프리터 등을 사용해서 컴퓨터에 의해서 실행될 수 있는 고급 언어 코드를 포함한다.

<110> 도 9는 본 발명에 따른 키워드 광고 노출 제어 방법을 수행하는 데 채용될

수 있는 범용 컴퓨터 장치의 내부 블록도이다.

<111> 컴퓨터 장치(900)는 램(RAM: Random Access Memory)(920)과 룸(ROM: Read Only Memory)(930)을 포함하는 주기억장치와 연결되는 하나 이상의 프로세서(910)를 포함한다. 프로세서(910)는 중앙처리장치(CPU)로 불리기도 한다. 본 기술분야에서 널리 알려져 있는 바와 같이, 룸(930)은 데이터(data)와 명령(instruction)을 단방향성으로 CPU에 전송하는 역할을 하며, 램(920)은 통상적으로 데이터와 명령을 양방향성으로 전송하는 데 사용된다. 램(920) 및 룸(930)은 컴퓨터 판독 가능 매체의 어떠한 적절한 형태를 포함할 수 있다. 대용량 기억장치(Mass Storage)(940)는 양방향성으로 프로세서(910)와 연결되어 추가적인 데이터 저장 능력을 제공하며, 상기된 컴퓨터 판독 가능 기록 매체 중 어떠한 것일 수 있다. 대용량 기억장치(940)는 프로그램, 데이터 등을 저장하는데 사용되며, 통상적으로 주기억장치보다 속도가 느린 하드 디스크와 같은 보조기억장치이다. CD 룸(960)과 같은 특정 대용량 기억장치가 사용될 수도 있다. 프로세서(910)는 비디오 모니터, 트랙볼, 마우스, 키보드, 마이크로폰, 터치스크린 형 디스플레이, 카드 판독기, 자기 또는 종이 테이프 판독기, 음성 또는 필기 인식기, 조이스틱, 또는 기타 공지된 컴퓨터 입출력장치와 같은 하나 이상의 입출력 인터페이스(950)와 연결된다. 마지막으로, 프로세서(910)는 네트워크 인터페이스(970)를 통하여 유선 또는 무선 통신 네트워크에 연결될 수 있다. 이러한 네트워크 연결을 통하여 상기된 방법의 절차를 수행 할 수 있다. 상기된 장치 및 도구는 컴퓨터 하드웨어 및 소프트웨어 기술 분야의 당업자에게 잘 알려져 있다.

<112> 상기된 하드웨어 장치는 본 발명의 동작을 수행하기 위해 하나 이상의 소프

트웨어 모듈로서 작동하도록 구성될 수 있다.

<113> 지금까지 본 발명에 따른 구체적인 실시예에 관하여 설명하였으나, 본 발명

의 범위에서 벗어나지 않는 한도 내에서는 여러 가지 변형이 가능함은 물론이다.

<114> 그리므로, 본 발명의 범위는 설명된 실시예에 국한되어 정해져서는 안되며,

후술하는 특히 청구의 범위뿐 아니라 이 특히 청구의 범위와 균등한 것들에 의해 정해져야 한다.

<115> 이상과 같이 본 발명은 비록 한정된 실시예와 도면에 의해 설명되었으나, 본

발명은 상기의 실시예에 한정되는 것은 아니며, 이는 본 발명이 속하는 분야에서 통상의 지식을 가진 자라면 이러한 기재로부터 다양한 수정 및 변형이 가능하다.

따라서, 본 발명 사상은 아래에 기재된 특히 청구 범위에 의해서만 파악되어야 하고, 이의 균등 또는 등가적 변형 모두는 본 발명 사상의 범주에 속한다고 할 것이다.

【발명의 효과】

<116> 이상의 설명에서 알 수 있는 바와 같이, 본 발명에 따르면, 특정 노출 위치

에서의 검색 목록순 표시와 관련된 노출 권한이 소정 조건하에서 상실되는 경우라도, 다른 노출 위치에서의 상기 검색 목록순 표시에 대한 입찰 처리가 자동으로 수

행되도록 함으로써 해당 검색 목록순의 노출 표시를 지속시키는 키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템을 제공할 수 있다.

<117> 또한, 본 발명에 따르면, 소정의 입찰 가격 입력 및 입찰 처리를 통해 광고주가 원하는 노출 위치에서 검색 결과물인 검색 목록순이 표시되도록 함으로써 광고주가 요구하는 광고 효과를 유발할 수 있는 키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템을 제공할 수 있다.

<118> 또한, 본 발명에 따르면, 특정 노출 위치에서의 검색 목록순 표시를 입찰에 의해 선정하되, 적절한 입찰 데이터의 입력을 통해 입찰 대기 기간 없는 실시간적인 검색 목록순을 노출시킬 수 있는 키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템을 제공할 수 있다.

<119> 또한, 본 발명에 따르면, 입찰 데이터에 광고주가 최대 지불 혜용하는 단일 클릭 비용을 포함시키고, 단일 클릭 비용 크기의 비교를 통해 낙찰 데이터를 선정 함으로써 합리적인 입찰 처리가 이루어지도록 하는 키워드 광고 노출 제어 방법 및 키워드 광고 노출 제어 시스템을 제공할 수 있다.

【특허청구범위】

【청구항 1】

키워드 광고 노출 제어 방법에 있어서,

검색자의 소정의 검색어 입력에 응답하여 웹 페이지 상에 검색 목록순이 노출되는 복수 개의 위치를 상기 검색어와 연관하여 단위 표시존을 정의하는 단계;

광고주로부터 소정의 검색어와 연관된 복수 개의 단위 표시존 중 하나의 단위 표시존인 제1 단위 표시존에 대응되는 입찰 데이터를 입력 받는 단계;

상기 광고주와 소정의 검색 목록순을 연관시키는 단계;

상기 광고주로부터 상기 검색어와 연관된 복수 개의 단위 표시존 중 상기 제1 단위 표시존을 제외한 적어도 하나의 단위 표시존에 대응되는 자동 입찰 데이터를 입력 받는 단계;

상기 제1 단위 표시존에서의 소정의 입찰 처리에 의해 상기 광고주의 상기 입찰 데이터가 낙찰되는 경우, 상기 제1 표시존에서의 노출 권한을 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에게 부여하는 단계;

상기 부여된 노출 권한에 대한 소정의 전이 조건이 만족되는 경우, 상기 제1 단위 표시존에서의 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에 대한 노출 권한을 박탈하는 단계; 및

상기 제1 단위 표시존에서의 상기 검색 목록순에 대한 노출 권한을 박탈된 경우, 상기 입력된 자동 입찰 데이터에 대한 재입찰 처리를 수행하는 단계

를 포함하는 것을 특징으로 하는 키워드 광고 노출 제어 방법.

【청구항 2】

제1항에 있어서,

상기 재입찰 처리에 의해 상기 자동 입찰 데이터가 낙찰되는 경우, 상기 낙찰된 자동 입찰 데이터와 대응되는 상기 단위 표시존에서의 노출 권한을 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에게 부여하는 단계

를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 키워드 광고 노출 제어 방법.

【청구항 3】

제2항에 있어서,

상기 낙찰된 자동 입찰 데이터와 대응되는 상기 단위 표시존에서의 노출 권한을 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에게 상기 단계는,

상기 낙찰된 자동 입찰 데이터가 둘 이상일 경우, 선정된 표시 우선 조건에 의거한 하나의 자동 입찰 데이터를 특정하는 단계; 및

상기 특정된 자동 입찰 데이터에 대응되는 단위 표시존에 한정하여 상기 노출 권한을 상기 검색 목록순에게 부여되도록 제어하는 단계

를 포함하는 것을 특징으로 하는 키워드 광고에 대한 키워드 광고 노출 제어 방법.

【청구항 4】

제3항에 있어서,

상기 표시 우선 조건은 상기 낙찰된 상기 자동 입찰 데이터에 대응되는 상기 단위 표시존의 배열 순위, 상기 낙찰된 자동 입찰 데이터의 단일 클릭 비용 크기, 상기 낙찰된 상기 자동 입찰 데이터에 대한 광고주의 선택 중 하나 이상인 것을 특징으로 하는 키워드 광고에 대한 키워드 광고 노출 제어 방법.

【청구항 5】

제1항에 있어서,
상기 자동 입찰 데이터는 최대 지불 가능한 단일 클릭 비용을 포함하고,
상기 입력된 자동 입찰 데이터에 대한 재입찰 처리를 수행하는 상기 단계는,
상기 노출 권한의 박탈에 연동하여 상기 자동 입찰 데이터 각각을, 대응되는
소정의 기록 영역에 기록시키는 단계

상기 자동 입찰 데이터를 포함한, 상기 기록 영역에 기록된 입찰 데이터 각각으로 소정의 등위를 부여하되, 상기 단일 클릭 비용에 의거하여 상기 등위가 산정되도록 하는 단계; 및

상기 자동 입찰 데이터가 최상의 등위를 보유하는 경우, 해당 자동 입찰 데이터를 낙찰로 판단하는 단계

를 포함하는 것을 특징으로 하는 키워드 광고 노출 제어 방법.

【청구항 6】

제1항에 있어서,

상기 입찰 데이터는 최대 지불 가능한 단일 클릭 비용을 포함하고,

상기 제1 표시존에서의 노출 권한을 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순
에게 부여하는 상기 단계는,

상기 입찰 테이터의 입력에 응답하여 상기 제1 단위 표시존과, 소정의 입찰
필드의 기록 영역을 연관시키는 단계;

상기 제1 단위 표시존에 대응되는 특정의 기록 영역으로 상기 입력된 입찰
테이터를 기록시키는 단계;

상기 입찰 테이터를 포함한, 상기 기록 영역에 기록된 입찰 테이터 각각으로
소정의 등위를 부여하되, 상기 입찰 테이터의 단일 클릭 비용에 의거하여 상기 등
위가 산정되도록 하는 단계; 및

최상의 등위를 보유하는 하나의 입찰 테이터를 낙찰 테이터로 결정하고, 상
기 결정된 입찰 테이터에 상기 노출 권한을 부여하는 단계
를 포함하는 것을 특징으로 하는 키워드 광고 노출 제어 방법.

【청구항 7】

제1항에 있어서,

상기 전이 조건은 상기 제1 단위 표시존에 대응되는 상기 기록 영역으로의
신규 입찰 테이터의 기록과 관련되며,

상기 제1 단위 표시존에서의 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에 대한
노출 권한을 박탈하는 상기 단계는,

상기 신규 입찰 테이터를 포함한, 상기 기록 영역에 기록된 입찰 테이터 각

각으로 등위를 재산정하는 단계; 및

상기 등위 재산정에 따라 상기 신규 입찰 데이터의 등위가 최상위가 되는 경우, 상기 제1 단위 표시존에서의 노출 권한을 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에서부터 상기 신규 입찰 데이터에 연관되는 검색 목록순으로 전이시키는 단계를 포함하는 것을 특징으로 하는 키워드 광고 노출 제어 방법.

【청구항 8】

제1항에 있어서,

상기 전이 조건은 상기 검색 목록순에 대한 소정의 계약 종료와 관련되며, 상기 제1 단위 표시존에서의 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에 대한 노출 권한을 박탈하는 상기 단계는,

상기 노출 권한이 박탈된 상기 검색 목록순의 입찰 데이터를 제외한, 제1 단위 표시존에 대응되는 상기 기록 영역에 기록된 하나 이상의 입찰 데이터에 대한 입찰 처리를 재수행하는 단계; 및

상기 입찰 처리의 재수행에 따라 최상의 등위를 보유하는 하나의 입찰 데이터를 낙찰 데이터로 결정하고, 상기 제1 단위 표시존에서의 노출 권한을 상기 입찰 데이터로부터 상기 낙찰 데이터 전이시키는 단계

를 포함하는 것을 특징으로 하는 키워드 광고 노출 제어 방법.

【청구항 9】

제7항에 있어서,

상기 계약 종료는 제1 단위 표시존에서의 노출 권한을 보유하고 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에 대한 상기 광고주의 검색어 광고 중단 요청의 발생, 소정의 광고 예치금이 소멸, 소정의 광고 계약 기간 만료인 것을 특징으로 하는 키워드 광고에 대한 키워드 광고 노출 제어 방법.

【청구항 10】

키워드 광고 노출 제어 방법에 있어서,
검색자의 소정의 검색어 입력에 응답하여 웹 페이지 상에 검색 목록순이 노출되는 복수 개의 위치를 상기 검색어와 연관하여 단위 표시존을 정의하는 단계;
광고주로부터 소정의 검색어와 연관된 복수 개의 단위 표시존 중 두 개 이상의 단위 표시존에 대응되는 배팅 입찰 데이터를 입력 받는 단계;
상기 광고주와 소정의 검색 목록순을 연관시키는 단계;
상기 입력된 배팅 입찰 데이터에 대한 소정의 입찰 처리를 수행하고, 낙찰이 이루어지는 적어도 하나 이상의 배팅 입찰 데이터를 유효 입찰 데이터로 설정하는 단계;
상기 광고주의 소정 입찰 선택에 의해 상기 설정된 유효 입찰 데이터 중에서 하나의 유효 입찰 데이터를 지정하고, 상기 지정된 유효 입찰 데이터와 관련된 단위 표시존을 제1 단위 표시존으로 결정하는 단계;
상기 결정된 제1 단위 표시존에서의 노출 권한을 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에게 부여하는 단계;

소정의 전이 조건을 만족하는 경우, 상기 제1 단위 표시존에서의 상기 광고 주와 연관된 상기 검색 목록순에 대한 노출 권한을, 상기 제1 단위 표시존에 대해 입찰 참여한 다른 검색 목록순에게 전이되도록 제어하는 단계; 및

상기 지정된 유효 입찰 데이터를 제외한 나머지 유효 입찰 데이터 및 상기 배팅 입찰 데이터를 자동 입찰 데이터로 하여 상기 자동 입찰 데이터와 대응되는 단위 표시존에서 입찰 처리를 재수행하는 단계

를 포함하는 것을 특징으로 하는 키워드 광고 노출 제어 방법.

【청구항 11】

제10항에 있어서,

상기 자동 입찰 데이터와 대응되는 단위 표시존에서 입찰 처리를 재수행하는 상기 단계는,

상기 자동 입찰 데이터와 대응되는 단위 표시존에서 입찰 처리가 수행되도록 제어하는 단계;

상기 입찰 처리에 의해, 복수 개의 상기 자동 입찰 데이터가 낙찰되는 경우, 선정된 표시 우선 조건에 의거한 하나의 자동 입찰 데이터를 특정하는 단계; 및

상기 특정된 자동 입찰 데이터가 입찰 참여한 단위 표시존에서 상기 제1 검색 목록순이 표시되도록 제어하는 단계

포함하는 것을 특징으로 하는 키워드 광고에 대한 키워드 광고 노출 제어 방법.

【청구항 12】

제11항에 있어서,

상기 표시 우선 조건은 상기 낙찰이 이루어진 상기 자동 입찰 데이터와 연관 되는 제2 단위 표시존의 배열 순위, 상기 낙찰이 이루어진 상기 자동 입찰 데이터의 단일 클릭 비용 크기, 상기 낙찰이 이루어진 상기 자동 입찰 데이터에 대한 광고주의 선택 중 하나 이상인 것을 특징으로 하는 키워드 광고에 대한 키워드 광고 노출 제어 방법.

【청구항 13】

제1항 내지 제12항 중 어느 한 항의 방법을 실행시키기 위한 프로그램을 기록한 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체.

【청구항 14】

키워드 광고 노출 제어 시스템에 있어서,

검색자의 소정의 검색어 입력에 응답하여 웹 페이지 상에 검색 목록순이 노출되는 복수 개의 위치를 상기 검색어와 연관하여 단위 표시존을 정의하는 위치 정의 수단;

광고주로부터 소정의 검색어와 연관된 복수 개의 단위 표시존 중 하나의 단위 표시존인 제1 단위 표시존에 대응되는 입찰 데이터를 입력 받고, 상기 검색어와 연관된 복수 개의 단위 표시존 중 상기 제1 단위 표시존을 제외한 적어도 하나의 단위 표시존에 대응되는 자동 입찰 데이터를 입력 받는 인터페이스 수단;

상기 제1 단위 표시존에서의 소정의 입찰 처리에 의해 상기 광고주의 상기 입찰 데이터가 낙찰되는 경우, 상기 제1 표시존에서의 노출 권한을 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에게 부여되도록 제어하는 입찰 처리 수단; 및

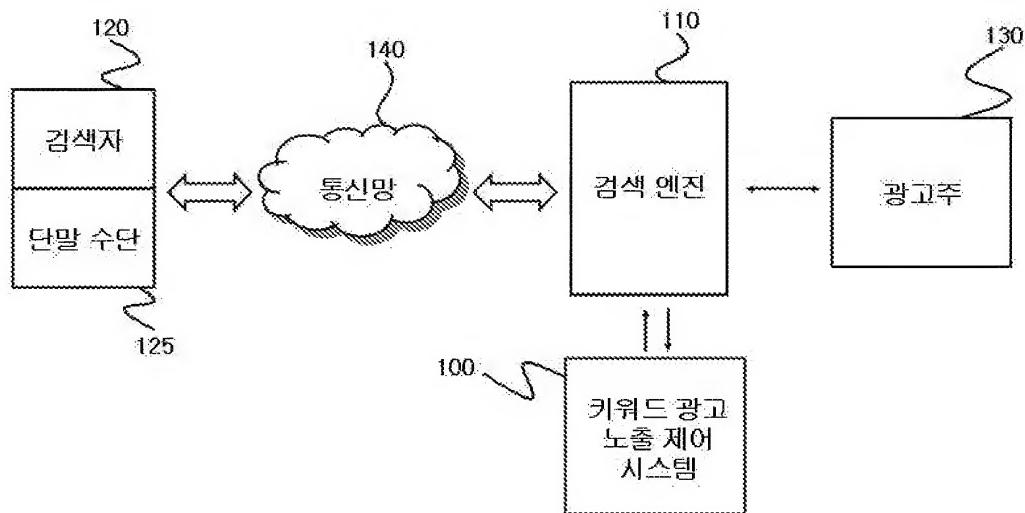
상기 부여된 노출 권한에 대한 소정의 전이 조건이 만족되는 경우, 상기 제1 단위 표시존에서의 상기 광고주와 연관된 상기 검색 목록순에 대한 노출 권한을 박탈하는 노출 권한 전이 수단

을 포함하고,

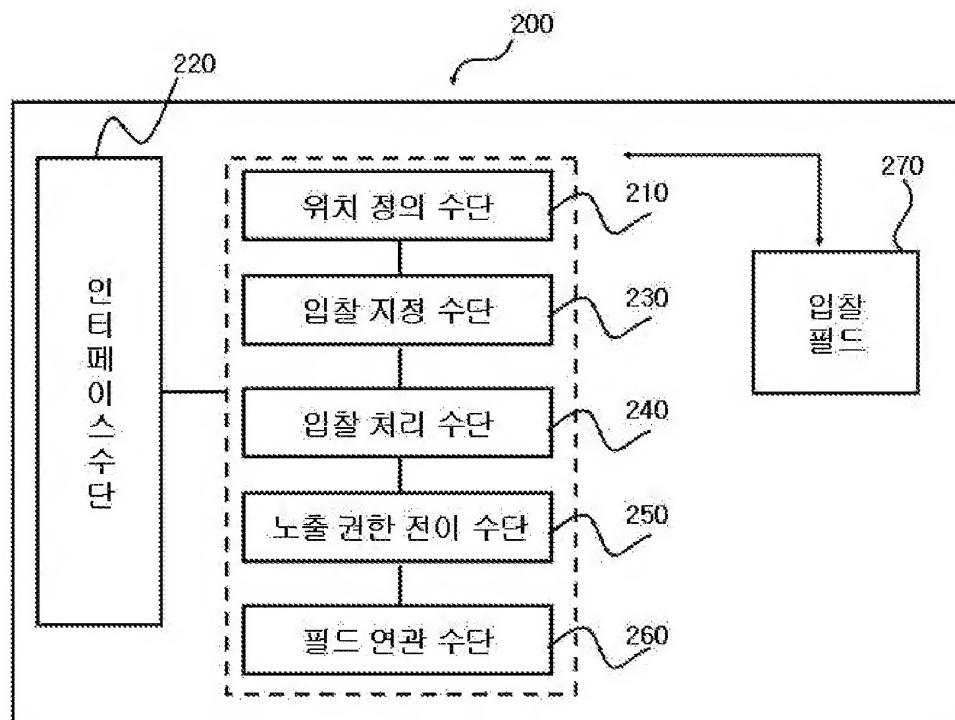
상기 입찰 처리 수단은, 상기 제1 단위 표시존에서의 상기 검색 목록순에 대한 노출 권한을 박탈된 경우, 상기 입력된 자동 입찰 데이터에 대한 재입찰 처리를 수행하는 것을 특징으로 하는 키워드 광고 노출 제어 시스템.

【도면】

【도 1】



【도 2】



【도 3a】



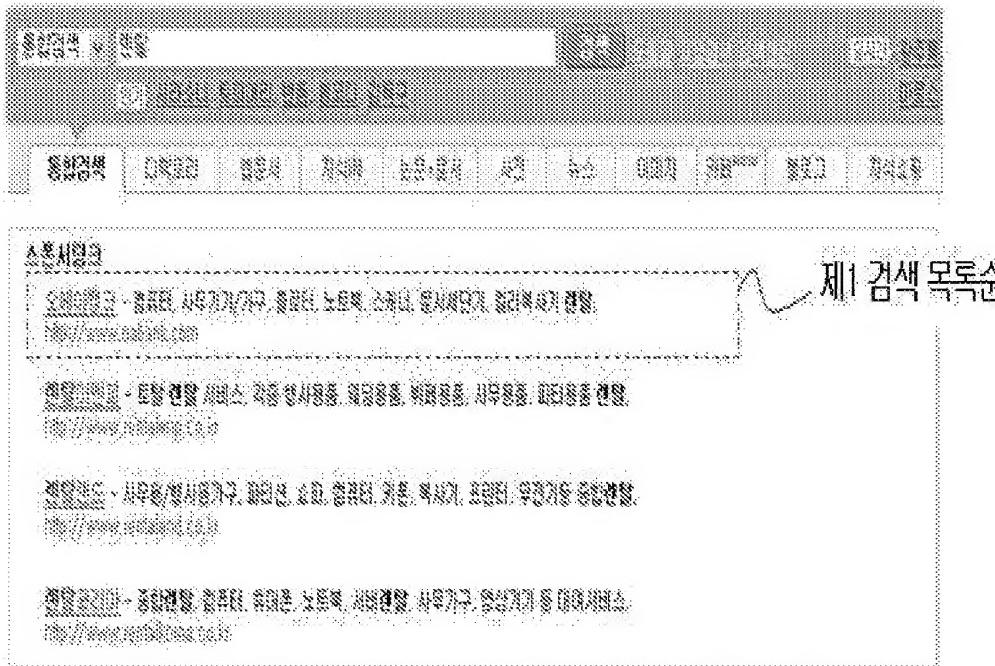
【도 3b】

등위	〈임찰 펠드〉		임찰 데이터: 단일 클릭 비용	
	단위 표시존 1 (301)	단위 표시존 2 (302)	단위 표시존 3 (303)	단위 표시존 4 (304)
1위	아주렌탈 800원	렌탈이엔피 900원	렌탈랜드 950원	렌탈코리아 600원
2위	A 750원	B 800원	C 700원	D 400원
3위	E 700원	F 700원	G 600원	
4위				
제1 임찰 가격 데이터	오에이뱅크 1,000원	오에이뱅크 1,000원	오에이뱅크 700원	오에이뱅크 700원

【도 3c】

〈임찰 필드〉					임찰 데이터: 단일 클릭 비율
순위	단위 표시존 1 (301)	단위 표시존 2 (302)	단위 표시존 3 (303)	단위 표시존 4 (304)	
1위	오예이뱅크 1,000원	렌탈이엔피 900원	렌탈랜드 950원	렌탈코리아 600원	
2위	아주렌탈 800원	B 800원	C 700원	D 400원	
3위	A 750원	F 700원	G 600원		
4위	E 700원				

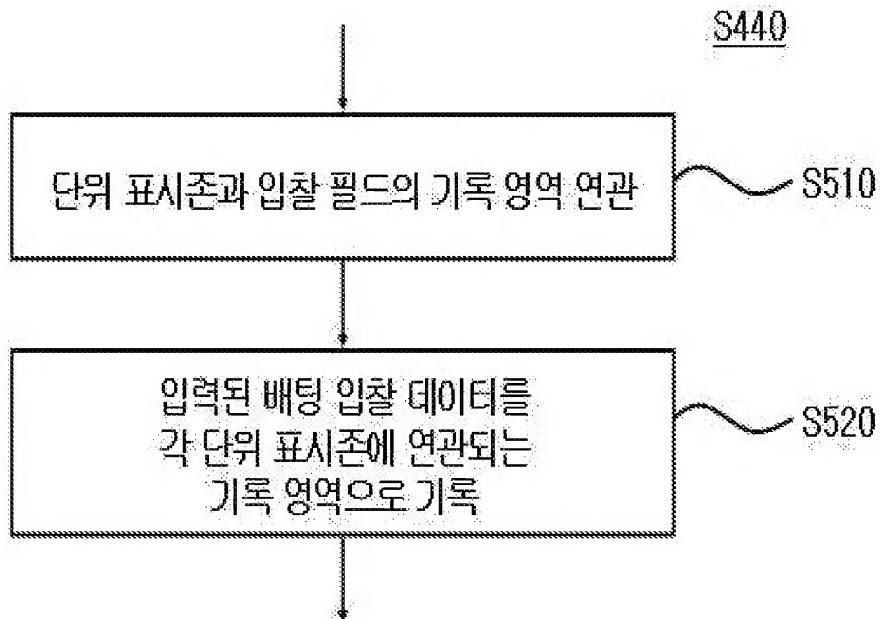
【도 3d】



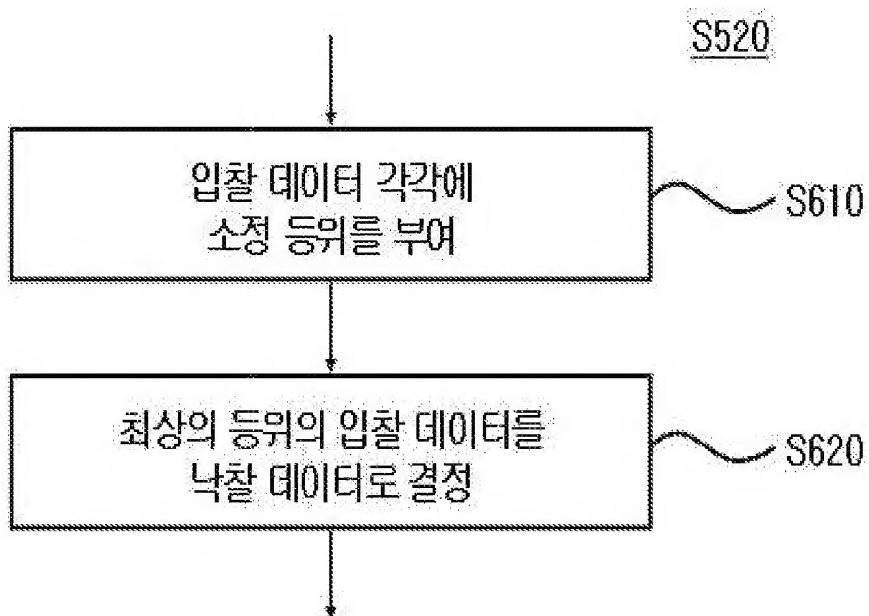
【도 4】



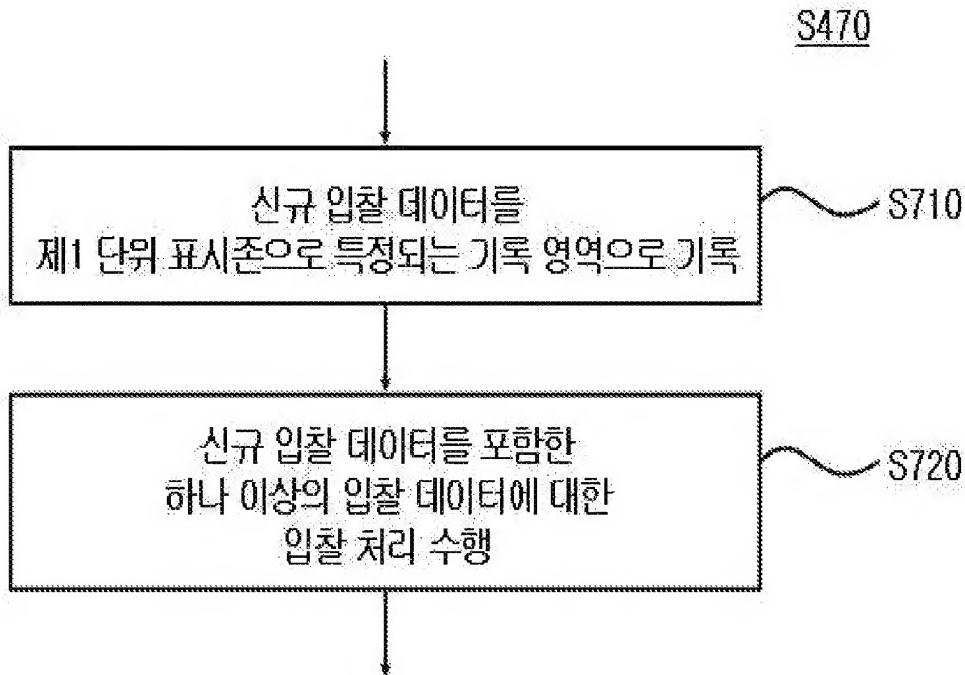
【도 5】



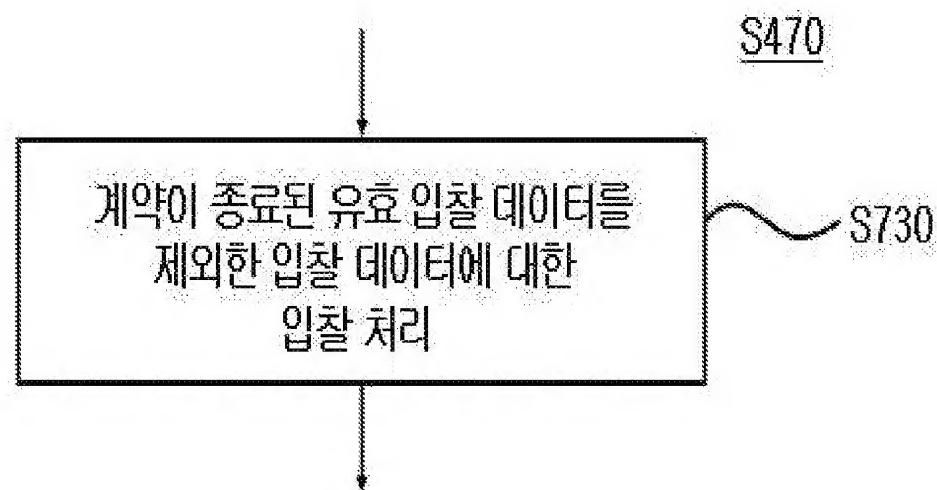
【도 6】



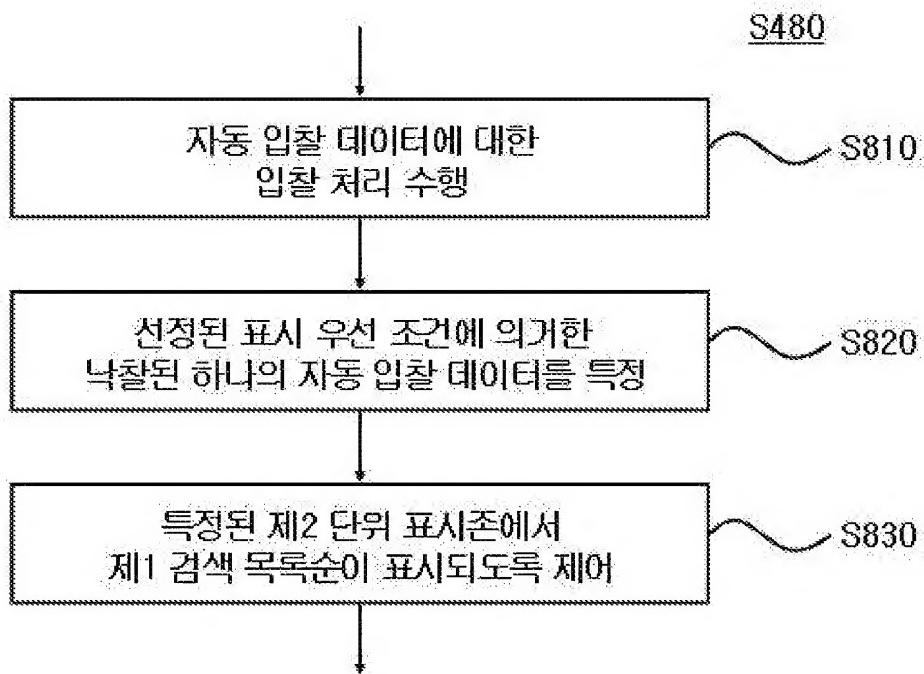
【도 7a】



【도 7b】



【도 8】



【도 9】

